

Лекция 1. Введение в учебную дисциплину «Речевая коммуникация».

План лекции (1 час)

1. *Предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Речевая коммуникация». Междисциплинарные связи.*
2. *Основные категории речевой коммуникации: речевая ситуация, речевой акт, речевое общение, речевая коммуникация, речевая деятельность.*
3. *Понятие коммуникативной компетентности. Атрибуты коммуникативной компетенции. Формализованная и не формализованная коммуникативная компетенция.*
4. *Функции речевой коммуникации. Роль речевой коммуникации в профессиональной деятельности.*

1. Предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Речевая коммуникация». Междисциплинарные связи.

«Речевая коммуникация» – учебная дисциплина, объектом изучения которой является речевое взаимодействие между людьми. В качестве предмета учебной дисциплины постулируется культура речевого общения, представленная в ее языковом, логическом, риторическом, психологическом и этическом аспектах, а так же технологии эффективной речевой коммуникации.

Цель учебной дисциплины «Речевая коммуникация»: сформировать целостное представление о специфике речевого взаимодействия людей в процессе их профессиональной деятельности, а также навыки правильного использования языковых, логических, риторических, психологических и этических средств для эффективного свободного общения в разных ситуациях; научить использовать основные стратегии и тактические приемы речевой коммуникации с целью убеждения, внушения; продуктивно работать с информацией.

Задачи учебной дисциплины «Речевая коммуникация»:

- определить категориальный аппарат дисциплины, представить структурно-системный анализ феномена речевой коммуникации (типы, виды, уровни и формы);
- раскрыть основы языковой, логической, риторической, психологической и этической культуры речевой коммуникации;
- раскрыть содержание и особенности применения основных технологий речевой коммуникации;
- определить тенденции в использовании искусства речевого воздействия в контексте современности.

Изучив учебную дисциплину «Речевая коммуникация», *студенты должны знать:*

- основные категории речевой коммуникации;
- приемы и методы формирования системы делового и межличностного (бесконфликтного) общения;
- пути достижения согласия в речевой коммуникации.

студенты должны уметь:

- грамотно вербализировать содержание своих мыслей;
- выстраивать эффективную стратегию речевого взаимодействия;
- объективно оценивать и учитывать эго-состояние собеседника в процессе речевого взаимодействия;
- критически оценивать любые речевые события;
- противостоять манипуляциям над сознанием.

студенты должны владеть навыками

- использования речевых тактик общения в процессе повседневной и жизни и в профессиональной деятельности;
- речевого портретирования личности;
- публичного выступления;
- критического анализа речевых событий и фильтрации информации;
- самостоятельной работы с учебной и научной литературой.
- .

В процессе изучения дисциплины *должны быть сформированы следующие компетенции:*

- готовность и способность к дальнейшему самостоятельному овладению психологическими, этическими, языковыми, логическими и риторическими приёмами речевой коммуникации, методами построения различных событий речевого общения;
- умение отбирать и обрабатывать информацию с учетом цели общения;
- готовность и способность выступать публично;
- готовность и способность обосновывать выдвинутое положение;
- умение отстаивать собственную точку зрения;
- способность оказывать убеждающее воздействие на партнера;
- умение использовать различные стратегии и тактики в деловом общении;
- владение техникой построения речи разной тематики и направленности.

2. Основные категории речевой коммуникации.

Речевая деятельность - процесс активного, целенаправленного, опосредованного языком и обусловливаемого ситуацией общения взаимодействия людей между собой. Речевая деятельность крайне редко выступает в качестве самостоятельного, законченного акта деятельности: обычно она включается как составная часть в деятельность более высокого порядка. Речевая деятельность как таковая имеет место лишь тогда, когда речь самоценна, когда лежащий в ее основе побуждающий ее мотив не может быть удовлетворен другим способом, кроме речевого.

Речевое общение - это мотивированный живой процесс взаимодействия участников коммуникации, который направлен на достижение конкретной, жизненной целевой установки и протекает на основе обратной связи в конкретных видах речевой деятельности. В качестве основных единиц речевого общения исследователи выделяют речевой акт, речевую ситуацию, речевое событие, речевое взаимодействие.

Речевой акт — целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе; единица нормативного речевого поведения. Основными чертами речевого акта являются: намеренность (интенциональность), целеустремленность и конвенциональность.

Речевая ситуация - *обстановка, в которой осуществляется речевое взаимодействие коммуникантов, то, что помогает понять высказывание.* Известно, что речевое высказывание делается в определенном месте в определенное время и имеет определенный набор участников (говорящий и слушающий или слушающие). Речевая ситуация позволяет адекватно воспринимать сообщение, конкретизирует значение ряда грамматических категорий. Она позволяет также правильно толковать высказывание, уточняет его целевую функцию (угроза, просьба, совет, рекомендация), выявляет причинные связи данного высказывания с другими событиями и т.д.

Речевая ситуация диктует правила ведения разговора и определяет его языковые средства.

Речевое событие - *социально значимый, имеющий определенную форму процесс речевого взаимодействия коммуникантов, ограниченный во времени и пространстве.*

Речевое событие составляют два главных компонента:

- 1) словесная речь (то, что говорится, сообщается) и то, что ее сопровождает (жесты, мимика, движения и др.);
- 2) условие, обстановка, в которой происходит общение (речевая ситуация).

Первую составляющую речевого события, т.е. живую речь, взятую в событийном аспекте, называют дискурсом (от фр. discours – речь). Дискурс – это речь, “погруженная в жизнь”. Дискурс помимо речи включает мимику, жесты, движения, пространственное поведение собеседников.

Вторая составляющая речевого события – это речевая ситуация, включающая его участников, их взаимоотношения, обстоятельства, в которых происходит общение. Таким образом, речевое событие можно представить в виде формулы

Дискурс + Речевая ситуация = Речевое событие.

Речевое взаимодействие - представляет собой сложное явление: с одной стороны, это говорение, порождение речи субъектом, с другой – восприятие речи адресатом, ее декодирование, понимание содержания, оценка полученной информации и реагирование (вербально, мимикой, жестами, поведением и т.д.).

Для речевого взаимодействия требуется коллектив (как минимум два человека). В процессе речевого взаимодействия субъектов участвуют их мышление, воля, эмоции, знания, память.

Речевая стратегия – *это искусство планирования и организации общения с целью достижения коммуникативной цели.* Речевая стратегия связана с общим замыслом говорящего, мотивацией задуманной им речевой деятельности, прогнозированием ее результата, а также с отбором фактов, речевых средств, формулировкой суждений, ориентацией на определенные типы речевых актов и т.п. Речевая стратегия определяется как личными мотивами, потребностями, установками, убеждениями, всей ценностной системой говорящего, так и действующими социальными нормами, культурными ценностями общества.

Речевая тактика – целенаправленный выбор речевых средств, которые должны оказать желаемое воздействие на участника по общению; совокупность речевых актов, т.е. речевых действий, с целью достижения намеченной цели.

3. Понятие коммуникативной компетентности. Формализованная и неформализованная коммуникативная компетенция.

Коммуникативная компетентность - это интегративное умение эффективно в соответствии с конкретной ситуацией применить адекватный способ делового общения.

Коммуникативная компетентность предполагает следующие умения и навыки:

- инициировать и вступать в контакт;
- формировать благоприятное первое впечатление;
- задавать вопросы и отвечать на них;
- вести беседу, кратко и точно выражать свои мысли;
- стимулировать собеседника к прояснению его позиции, высказываний;
- слушать, услышать и понять то, что имел в виду собеседник;
- осуществлять обратную связь, т. е. передать партнеру, что его услышали и поняли;
- выравнивать эмоциональное напряжение в беседе, в дискуссии;
- считывать и грамотно интерпретировать невербальные сигналы собеседника (взгляд, мимику, жесты, позы);
- управлять собственными экспрессивными сигналами в процессе общения;
- эффективно взаимодействовать с другими, осуществляя сотрудничество;
- владеть моделями общения;
- использовать в процессе взаимодействия разнообразные стили общения;
- понимать специфику речевых жанров и коммуникативных средств достижения цели при взаимодействии.

Немаловажное значение в современной практике общения имеют также навыки отношений, или интерактивные навыки. Они чаще всего связаны с управлением ролями, стратегиями и тактиками взаимодействия, индивидуальным и групповым стилями общения. *Интерактивные умения и навыки:*

- диагностировать и оценивать собеседников (их цели и мотивы, уровень восприятия информации и ее понимания, лидерство);
- правильно распределять роли в игровом общении и подбирать эффективные стратегии взаимодействия;
- управлять индивидуальной и групповой интеллектуальной деятельностью участников игры внутри команды;
- определять сенсорные каналы собеседников и эффективно их использовать с помощью вербальных и невербальных ключей доступа;
- разрешать спорные ситуации, снимать конфликты мнений.

Коммуникативная компетенция может быть формализованной и неформализованной. Формализованная коммуникативная компетенция - набор более или менее строгих правил к общению. Обычно этот набор требований оформлен в виде документа, может выступать частью корпоративной культуры. Неформализованная коммуникативная компетенция опирается на культурные особенности той или иной социальной группы людей.

Не бывает, по определению, "коммуникативной компетенции вообще". В одной среде, по отношению к одной социальной группе человек может проявлять высокую коммуникативную компетенцию. В другой среде, по отношению к другой социальной группе это может быть не так.

4. Функции речевой коммуникации. Роль речевой коммуникации в профессиональной деятельности.

В современном обществе владение навыками эффективного общения, средствами вербальной и невербальной коммуникации необходимо для каждого делового человека. От этого умения зависят не только успешность взаимодействия с другими людьми, конструктивность принимаемых решений, но и карьера специалиста, его профессиональный имидж. Уровень культуры речи человека становится визитной карточкой в профессиональном, деловом общении, определяет успешность делового взаимодействия. От искусства речевой коммуникации в ситуации делового общения зависит успешная деятельность фирмы (организации): от того, соблюдается ли речевой этикет в устной и письменной речи, правильно ли ведутся переговоры, деловые беседы, дискуссии и т.п.

В целом, речевая коммуникация выполняет следующие функции:

- *интерактивная функция* — функция организации взаимодействия людей с помощью языка;
- *информационная функция* – функция обмена информацией;
- *регулятивная функция* — функция воздействия речи на адресата, функция управления его деятельности;
- *функция взаимопонимания* — функция достижения понимания адресатом речевого сообщения;
- *экспрессивная функция* — функция выражения мыслей и чувств.

Как правило, в контексте различных видов профессиональной деятельности перечисленные функции речевой коммуникации наполняются специфическим содержанием и значимостью. Так, в сфере деятельности специалистов по социальным коммуникациям (а это связи с общественностью, PR-технологии, реклама, маркетинг, управление персоналом, подготовка и проведение социальных и маркетинговых исследований, аналитическая работа для государственных, общественных, коммерческих организаций и СМИ), где одним из главных инструментов достижения профессиональных целей выступает речевое воздействие, с необходимостью предъявляются самые высокие требования к уровню коммуникативной (речевой) компетентности как служащих, так и управляющих.

Лекция 2. Типы, виды и формы речевой коммуникации.

План лекции (1 час)

1. Типология речевой коммуникации по разным основаниям (по условиям общения, по количеству участников, по цели общения, по характеру ситуации)
2. Виды речевой коммуникации: говорение, слушание (аудирование), чтение, письмо.
3. Вербальная устная и письменная коммуникация. Невербальная коммуникация (кинесика, такесика, проксемика).
4. Формы коммуникационной деятельности (общение, управление, подражание).

1. Типология речевой коммуникации

ОСНОВАНИЯ ТИПОЛОГИИ	ТИПЫ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ
<i>по условиям общения</i>	прямое, или непосредственное, общение с активной обратной связью (например, диалог) и с пассивной обратной связью (например, письменное распоряжение и т.п.);
	опосредованное общение (например, выступление по радио, телевидению, в средствах массовой информации)
<i>по характеру ситуации</i>	деловое общение (доклад, лекция, дискуссия и т.п.)
	бытовое общение (разговоры с близкими людьми и т.д.)
<i>по количеству участников</i>	монолог (речь одного человека)
	диалог (речь двух людей)
	полилог (речь нескольких человек)
<i>по цели общения</i>	информирование
	убеждение (включая побуждение, объяснение и т.п.)
	в) развлечение.

2. Виды речевой коммуникации: говорение, слушание (аудирование), чтение, письмо.

С точки зрения механизмов кодирования/декодирования информации речевая деятельность включает четыре основных аспекта, которые принято называть видами речевой деятельности: говорение, слушание, письмо, чтение.

Говорение – это отправление речевых акустических сигналов, несущих информацию.

Слушание (или аудирование) – восприятие речевых акустических сигналов и их понимание.

Письмо – зашифровка речевых сигналов с помощью графических символов.

Чтение – расшифровка графических знаков и понимание их значений.

Указанные четыре вида речевой деятельности составляют основу процесса речевой коммуникации. От того, насколько у человека сформированы навыки этих видов речевой деятельности, зависит эффективность речевого общения. Кроме того, степень сформированности навыков речевой деятельности служит критерием оценки уровня владения языком и показателем общей культуры человека.

3. Вербальная и невербальная коммуникация.

Передача любой информации возможна лишь посредством знаковых систем. Знаковые системы, которые используются в коммуникативном процессе, лежат в основе двух традиционно выделяемых видов коммуникации: вербальной (с речью в качестве знаковой системы) и невербальной (с использованием различных неречевых знаковых систем).

	ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ			НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ		
ПОНЯТИЕ	<p>Вербальная коммуникация это процесс двустороннего речевого обмена информацией, ведущей ко взаимному пониманию.</p> <p>Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, т.е. систему фонетических знаков, включающую два принципа: лексический и синтаксический.</p>			<p>Невербальная коммуникация это общение, обмен информацией без помощи слов. Это жесты, мимика, различные сигнальные и знаковые системы.</p> <p>Все эти способы общения по аналогии иногда также называют языками – первичными и вторичными, или естественными и искусственным.</p> <p>В первичных языках сигналы непосредственно обозначают смыслы. Во вторичных языках сигналами закодированы определенные слова, а уж за словами мы понимаем смыслы.</p>		
	ФОРМЫ	УСТНАЯ РЕЧЬ	ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ	УСТНАЯ - ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ	КИНЕСИКА	ТАКЕСИКА

<p>Устная речь – это речь звучащая, она создается в процессе разговора. Для нее характерны словесная импровизация и некоторые языковые особенности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - свобода в выборе лексики и использование простых предложений; - употребление побудительных, вопросительных, восклицательных предложений различного рода; - повторы и незаконченность выражения мысли.
<p>Письменная речь – это графически закреплённая речь, заранее обдуманная и исправленная. Для нее характерны преобладание книжной лексики, наличие сложных предлогов, строгое соблюдение языковых норм, отсутствие внеязыковых элементов.</p> <p>Письменная речь обычно обращена на зрительное восприятие.</p>
<p>графически оформленная речь, организованная на основе буквенных и прочих изображений, которая несмотря на письменную форму, обладает характеристиками устной речи с точки зрения структуры и лексики.</p>
<p>совокупность телодвижений, (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого общения (за исключением движений речевого аппарата). Важно учитывать, что в разных культурах один и тот же жест может трактоваться по разному.</p>
<p>общение с помощью прикосновений (похлопываний, рукопожатий, поцелуев, ударов и т.д.).</p>
<p>пространственная и временная знаковая система общения.</p>

5. Коммуникативная деятельность. Формы коммуникативной деятельности.

Всякая социальная коммуникация по определению представляет собой социально-коммуникативный процесс. Движущими силами, детерминирующими течение процесса и его конечные результаты, могут быть:

- а) стихийные естественные силы, чуждые сознательному целенаправлению
- б) целенаправленно действующий субъект (деятель), стремящийся использовать доступные ему средства для достижения собственных целей.

Коммуникативные процессы, целенаправленно осуществляемые субъектами коммуникации называют коммуникативной деятельностью.

Формы коммуникационной деятельности определяются в зависимости от целевых

ОБЩЕНИЕ. Участники коммуникационной деятельности относятся друг к другу как к равноправным, самоценным субъектам, не пытаясь управлять (манипулировать) друг другом. Имеет место субъект-субъектное отношение в виде диалога равноценных личностей. Коммуникационная деятельность носит творческий характер в том смысле, что достигается общность партнеров, возникает новое психическое образование, обозначаемое словом "мы".

установок, свойственных партнерам по коммуникации. Возможны три варианта:

УПРАВЛЕНИЕ. Коммуникант рассматривает реципиента как объект коммуникационного воздействия, как средство достижения своих целей. В этом случае возникают субъект-объектные отношения, которые свойственны коммуникационной деятельности в форме управления. Управлять людьми можно путем приказа (коммуникант имеет властные полномочия, признаваемые реципиентом), обучения (педагогические средства и методы, воздействующие на духовное развитие ученика), внушения (суггестия), когда используется принудительная сила слова.

ПОДРАЖАНИЕ. Реципиент целенаправленно выбирает коммуниканта и использует его в качестве образца для подражания. Коммуникант при этом зачастую не осознает своего участия в коммуникационном акте. Образуется объект-субъектное отношение, где активным субъектом становится реципиент, а пассивным объектом, как ни парадоксально, коммуникант.

Тема 2. СТРУКТУРА РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

1. Речевой акт как единица коммуникации.
2. Уровни речевого акта: иллокутивный, локутивный и перформативный акты.
3. Модели речевой коммуникации Экзистенциалистская модель. Бихевиористская модель. Семиотическая модель. (САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА)
4. Модель коммуникации Якобсона. Основные компоненты структуры речевой коммуникации. Контекст. Код. Адресант и адресат. Референция (сообщение). Обратная связь.
6. Психологические и социально-ролевые структурные компоненты акта речевой коммуникации

1. Речевой акт как единица коммуникации.

Речевой акт – это элементарная значимая социально направленная единица мотивированной речи, содержащая какую-либо информацию.

Речевой акт — отдельный акт речи, в нормальных случаях представляет собой двусторонний процесс порождения текста, охватывающий говорение и протекающие параллельно и одновременно слуховое восприятие и понимание услышанного.

При письменном общении речевой акт охватывает соответственно писание и чтение (зрительное восприятие и понимание) написанного, причём участники общения могут быть отдалены друг от друга во времени и пространстве.

В речевом акте создаётся текст. Лингвисты обозначают этим термином не только записанный, зафиксированный так или иначе текст, но и любое кем-то созданное (всё равно — описанное или только произнесённое) «речевое произведение» любой протяжённости — от однословной реплики до целого рассказа, поэмы или книги. Во внутренней речи создаётся «внутренний текст», то есть речевое произведение, сложившееся «в уме», но не воплотившееся устно или письменно.

Некоторые лингвисты полагают, что речевой акт – это не единица общения, т. е. двустороннего обмена смысловой информацией. Они считают, что речевой акт – это элементарная единица сообщения, т. е. только передачи информации в одном направлении, поскольку в речевом акте не отражается двусторонняя природа человеческого общения. С такой точкой зрения можно согласиться только при условии, если по традиции рассматривать речевой акт сам по себе, как элемент, значение которого задается только интенцией говорящего. Обычно предметом теоретического описания является речевое поведение одного из участников общения. Однако такой подход представляется не совсем адекватным, так как функция речевого акта определяется тем, что он должен оказать определенное воздействие на адресата.

Выделяют следующие ведущие аспекты речевого акта:

1) адресантный, адресатный (интерперсональный), интенциональный, образующие антропоцентрический блок в речевом акте и описывающие коммуникантов и цели их коммуникации;

2) контекстный, ситуативный, метакоммуникативный аспекты – в этом блоке отображаются условия и способы реализации речевого акта;

3) денотативный (выражает отношение содержания слова к предмету), локутивный, иллокутивный аспекты – центральный блок в речевом акте, описывающий высказывание: его содержание, форму и воздействующую силу, что соответствует плану содержания, плану выражения и актуализации высказывания в речи

2. Уровни речевого акта: иллокутивный, локутивный и перформативный акты.

В речевом акте Дж. Остин выделяет три уровня, тоже называемые актами: локутивный, иллокутивный и перлокутивный акты.

Локутивный акт (локуция, от англ. locution ‘оборот речи, речение’) представляет собой произнесение высказывания, обладающего фонетической, лексико-грамматической и семантической структурами. Ему присуще значение. Реализация звуковой структуры приходится на долю фонетического акта, лексико-грамматическая структура реализуется в фатическом акте (произнесение слов), а семантическая структура — в ретическом акте (произнесении определенных слов со свойственными им значением и референцией) .

Иллокутивный акт (иллокуция, лат. il- < in ‘в, внутри’), обладая определённой силой, обеспечивает указание не только на значение выражаемой пропозиции, но и на коммуникативную цель этого высказывания. Этот акт конвенционален.

Перлокутивный акт (перлокуция, лат. per- ‘посредством’) служит намеренному воздействию на адресата, достижению какого-то результата. Данный акт не является конвенциональным.

Все три частных акта совершаются одновременно, а не один за другим.

Р. Сёрл внёс существенные изменения в теорию речевых актов. Он предложил процедуру интерпретации косвенных (небуквальных) речевых актов, а также провёл разграничение:

- 1) акта высказывания (локуции), изъяв отсюда семантическую составляющую;
- 2) пропозиционального акта (пропозиции, в терминологии порождающей лингвистики последнего этапа — логической формы);
- 3) иллокутивного акта
- 4) перлокутивного акта.

В пропозициональном акте сообщается о положении дел в мире в прошлом, настоящем или будущем. Передача пропозиции (суждения) происходит в двух частных актах — акте референции, посредством которого указывается на лицо или предмет, и акте предикации, сообщающем о том, какой признак приписывается (предицируется) референту. В этом свете передаваемое предложение представляет собой предикацию.

Одна и та же пропозиция может содержаться в качестве семантического ядра в ряде высказываний, различающихся по своей иллокутивной цели (интенции). Ср, например:

Антон сдаёт экзамен?

Антон сдаёт экзамен.

Антон, сдавай экзамен!

Сдал бы Антон экзамен.

Если Антон сдаст экзамен, я буду очень рад.

Референтом всех этих иллокутивных актов является одно и то же лицо — Антон, и предицируется ему одно и то же действие — сдача экзамена. Эти речевые акты связаны общим пропозициональным содержанием (сдавать экзамен (Антон)), но различаются по своим иллокутивным составляющим.

В принципе в структуре каждого предложения, как уже указывалось раньше, имеются две части, одна из которых служит пропозициональным показателем, а другая — показателем иллокутивной силы. Обе части высказывания могут анализироваться независимо друг от друга.

3. Модели речевой коммуникации. Экзистенциалистская модель. Бихевиористская модель. Семиотическая модель. **(самостоятельно составить конспект, выявить черты сходства и различия между моделями).**

4. Модель коммуникации Якобсона. Основные компоненты структуры речевой коммуникации. Контекст. Код. Адресант и адресат. Референция (сообщение). Обратная связь.



Согласно этой модели основными компонентами речевого акта являются: отправитель (адресант), получатель (адресат), канал связи, сообщение, код, контекст (ситуация).

Сообщение понимается как процесс и результат порождения речи, т. е. текст.

Референция – это содержание сообщения. В осуществлении референции, т.е. в сообщении определенной информации состоит коммуникативная функция языка/речи.

Код в речевой коммуникации – это тот язык или его разновидность (диалект, сленг, стиль), который используют участники данного коммуникативного акта.

Контекст (или ситуация) – это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только в структуре неречевого контекста.

Канал связи (контакт) условия и способ речевой коммуникации.

Важнейшим структурным компонентом любой коммуникативной ситуации является *обратная связь*. Реакция слушающих на высказывание говорящего по сути составляет цементирующий момент общения, ее отсутствие приводит к разрушению коммуникации: не получая ответ на заданный вопрос, человек чувствует себя задетым и обычно либо добивается ответа, либо прекращает разговор.

6. Психологические и социально-ролевые структурные компоненты акта речевой коммуникации.

К *психологическим структурным компонентам* акта речевой коммуникации следует в первую очередь отнести намерение и цель, т. е. мотивационную составляющую, которая определяет, *что, зачем и почему* хочет сказать автор высказывания.

К о м м у н и к а т и в н о е н а м е р е н и е (коммуникативная интенция) – желание вступить в общение с другим лицом.

В речевом общении обычно достаточно легко различают два вида целей, которые может преследовать говорящий – *ближайшую*, непосредственно выражаемую говорящим» и более отдаленную, *долговременную*, нередко воспринимаемую как целевой подтекст, подчас трудно разгадываемый. Тот и другой вид целей имеет много разновидностей. Основными разновидностями ближайшей цели общения являются:

- получение информации, в том числе оценочной; выяснение позиций; поддержка мнения; развитие темы; разъяснение; критика (так называемая интеллектуальная цель);

- поддержка или отталкивание партнера, развитие или прекращение коммуникации (цель, связанная с установлением характера отношений);
- побуждение к действию;
- изменение эмоционального состояния партнера.

За ближайшими целями часто стоит целевой подтекст, углубляющий и усложняющий общение. Так, в ситуации группового обсуждения какого-либо вопроса ближайшей целью высказывания типа «Уточни, что ты имел в виду, когда сказал...» является получение информации с последующей поддержкой или критикой высказанного мнения, при этом целевым подтекстом (отдаленной целью) может быть как выяснение истины, так и намерение заявить о себе, утвердить свой статус. Точно так же поддержание разговора часто служит долговременной цели установления добрых отношений; побуждение к действию (например, обращение к ребенку: «Помоги маме приготовить обед») бывает формой реализации воспитательных воздействий (в данном примере ~ формирование готовности и умения взаимодействовать с другими людьми, способности уступать, соподчинять свои интересы с интересами других и т. д.).

Долговременные цели говорящего выясняются и понимаются по общему характеру разговора благодаря более глубокому знанию данного человека, по произвольным проявлениям (вербальным или невербальным). Часто они более или менее тщательно скрываются людьми, порой принимаются меры к их маскировке.

К *социально-ролевым структурным компонентам* акта речевой коммуникации следует отнести статусные и ситуативные роли участников общения, а также используемые ими стилевые приемы.

Как известно, понятие «*социальная роль*» указывает на поведение, предписанное человеку его социальным (возрастным, половым, должностным и т. д.) положением, или статусом. В начале конкретного коммуникативного акта от коммуникантов требуется понимание собственной социальной роли и роли партнера. Это необходимо для ориентировки в ситуации и выбора соответствующей манеры речевого поведения. Не случайно, когда представляют друг другу незнакомых людей, то называют одну из основных социальных ролей (например, «профессор Максаков»), остальные опознаются по внешнему виду человека или предполагаются сопутствующими называемой при представлении роли.

По ходу общения могут быть выделены *ситуативные роли* говорящих, существенно влияющие на характер общения. Среди них можно назвать:

- лидер, стремящийся повести за собой, убедить в своей правоте;
- хозяин, следящий за общим ходом беседы, уравнивающий интересы различных людей, неформально заботящийся об окружающих;
- «капризный ребенок», способный нарушить любые запреты, выплеснуться с независимыми суждениями;
- «гибкий человек», готовый приспособиться к различным ситуациям, и др.

Тема 5. ЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

1. Общие черты логически правильной речи: определенность, последовательность, непротиворечивость и доказательность речи.
2. Основные принципы логически правильной речи: принцип исключенного третьего, принцип непротиворечия, принцип тождества и принцип достаточного основания.
3. Оценка содержания высказывания адресатами: истинность/ложность, правильность/неправильность, многозначность, неопределенность, недосказанность.

4. Формы мышления и правила оперирования ими.

1. Общие черты логически правильной речи: определенность, последовательность, непротиворечивость и доказательность речи.

Мыслить логично - это значит мыслить точно и последовательно, не допуская противоречий в своих рассуждениях, уметь разоблачать логические ошибки. Эти качества мышления имеют большое значение в любой области научной и практической деятельности

Определённость – это наличие основного смыслового стержня – цели, к которой направлена мысль и которая обуславливает её соответствующую организацию, та мысль, для которой характерна строгая организация её смысловой структуры. Логична та мысль, которая учитывает логику самих вещей, событий. Всякая неопределенность, расплывчатость предмета обсуждения неминуемо повлияет на неопределенность выводов

Последовательность. Требование последовательности предполагает такой порядок употребления языковых выражений в рассуждении, при котором оно становится последовательным рассуждением. Критерий последовательности рассуждения означает «неперестановочность», причинно следственную зависимость заключений от посылок. Рассуждение будет непоследовательным в том случае, если отдельные фразы можно переставить местами, связывать их произвольно, нарочито, надуманно, когда отсутствует принудительность перехода от информации одной фразы к информации др. Этот критерий может предполагать также использование информации в рассуждении по принципу «от простого к сложному». Информация считается простой, если она не требует для своего уяснения или понимания привлечения дополнительной информации. Поэтому требование последовательности, как и первых два критерия, всегда относительно и зависит от конкретного содержания той или иной познавательной ситуации.

Непротиворечивость – одно из основных требований, предъявляемых к знанию, в частности к научному знанию: в каждой относительно обособленной системе знания не могут одновременно выводиться некоторое предположение и его отрицание. Положение о логической непротиворечивости касается способа представления знания и требует последовательности рассуждения.

Доказательность. Требование доказательности выполняется в рассуждениях, прежде всего, за счет соблюдения правил обоснования (доказательства) и логического вывода. Особое внимание здесь необходимо обращать на предпосылочное знание (аргументы). Необходимо строго следить за тем, чтобы их функцию выполняли лишь положения, в истинности которых сомневаться не приходится. Общим моментом для разных видов доказательства и вывода должно стать стремление убедить, а не только продемонстрировать правильность или неправильность отдельных утверждений рассуждения. Но доказательность рассуждения не будет достигнута, если используемые в нем отдельные языковые выражения не удовлетворяют критериям определенности и последовательности.

2. Основные принципы (законы) логически правильной речи: принцип исключенного третьего, принцип непротиворечия, принцип тождества и принцип достаточного основания.

2.1. Закон тождества. Наш язык изобилует выражениями, которые обладают неясным значением. Естественно, что два человека могут вкладывать в подобные выражения существенно разный смысл. На этой основе возникают ситуации, в которых говорящий и

слушающий понимают его по-разному. Внешнее, видимое тождество в действительности скрывает в себе различие. И наоборот, люди часто не могут сойтись во мнении только потому, что одну и ту же мысль облачают в разные формы, вследствие чего она кажется им нетождественной. Типичным выражением подобных ситуаций являются дискуссии, участники которых, в сущности, не понимают друг друга (степень непонимания иногда такова, что спорщики, как принято выражаться, «говорят на разных языках»).

Отождествление различных понятий представляет собой одну из наиболее распространенных логических ошибок в речевой коммуникации — подмену понятия. Сущность этой ошибки состоит в том, что вместо данного понятия и под видом его употребляют другое понятие, причем эта подмена может быть как неосознанной, так и преднамеренной. Подмена понятия означает подмену предмета разговора. Разговор в этом случае будет относиться к разным предметам, хотя они будут ошибочно приниматься за один предмет.

Какие бы ошибки с точки зрения логики ни допускались в речевой коммуникации, можно всегда показать, что любая из них сводится в конечном счете к нарушению требований того или иного логического закона: закона тождества, закона противоречия, закона исключенного третьего и закона достаточного основания. Речь имеет ясное содержание, если в ней предмет отражается с достаточной степенью точности и одинаково понимается и тем, кто передает сообщение, и тем, кто его принимает. Поскольку в речевой коммуникации используются понятия и суждения, очевидно, что, прежде всего, именно эти смысловые единицы должны удовлетворять требованию определенности.

Это требование находит свое выражение в ЗАКОНЕ ТОЖДЕСТВА, согласно которому предмет мысли в пределах одного рассуждения должен оставаться неизменным, т.е. A есть A ($A = A$), где A — любая мысль.

Такой закон требует, чтобы в ходе сообщения все понятия и суждения носили однозначный характер, исключая двусмысленность и неопределенность.

На первый взгляд содержащееся в законе тождества требование представляется предельно простым. В самом деле, надо лишь проявлять минимальную строгость, не смешивая различные (пусть даже и близкие) мысли, отграничивая их друг от друга с достаточной степенью четкости. Однако по ряду причин эта простота является обманчивой. К таким причинам, прежде всего, относится большой слой явлений языка и речи. Ведь в любом разговоре мы имеем дело не с «чистой» мыслью, а с единством ее содержания и словесной формы. Между тем хорошо известно, что внешне одинаковые словесные конструкции могут иметь разное содержание, и наоборот, одна и та же мысль может быть выражена по-разному. Первое явление называется омонимией, второе — синонимией. Омонимия делает возможным неправомерное отождествление объективно различного, синонимия — ошибочное различение тождественного.

В речевой коммуникации очень часто встречаются ошибки, которые возникают из-за многозначности слов и словосочетаний повседневного языка. Эти ошибки делятся на три основных вида: ошибки эквивокции, ошибки логомахии и ошибки амфиболии.

Ошибка ЭКВИВОКАЦИИ заключается в том, что собеседник несколько раз использует многозначное слово то в одном, то в другом значении, считая, что использует его однозначно. Так, если собеседник в одном месте употребил слово «мир» в смысле «вселенная», а в другом месте использовал это слово в значении «спокойствие, отсутствие раздоров и войн», то здесь явная ошибка, относимая к логической эквивокции.

Ошибка ЛОГОМАХИИ (спор о словах). Это тот случай, когда спорить бессмысленно, если не уточнить значение употребляемых слов.

Ошибка АМФИБОЛИИ проявляется тогда, когда собеседник высказывает многозначное суждение чаще всего непреднамеренно, не замечая этой многозначности,

например: «Все члены генеральной дирекции переизбраны». Здесь непонятно, полностью ли обновлен состав генеральной дирекции или полностью сохранен в прежнем составе.

В тех случаях, когда собеседник увлекается темой разговора, он может совершить ошибку амфиболии, которая нередко создает комический эффект. На преднамеренной амфиболии построены некоторые софизмы. В учебниках логики чаще всего приводится такой пример: «Тот, кто не потерял рога, имеет их. Ты не потерял рога, значит, имеешь их». Суждение «ты не потерял рога» можно понимать двояко: «имел и не потерял» и «не имел и не потерял». Именно эта многозначность суждения «ты не потерял рога» и привела к логическому казусу, хотя внешняя видимость правильного рассуждения налицо.

Нарушение закона тождества может вызываться и ПОЛИСЕМИЕЙ, особенно в тех случаях, когда слово обладает рядом близких значений и к тому же соотносится с недостаточно определенным (различным) понятием.

2.2. Закон (не)противоречия. Идея, выражаемая законом непротиворечия, кажется простой и даже банальной: высказывание и его отрицание не могут быть вместе истинными. Закон противоречия требует согласованности элементов мысли в процессе рассуждения, рассматривая противоречие в мышлении как недопустимую ошибку, разрушающую весь строй и последовательность мышления. Отдельные суждения, утвердительные и отрицательные, сами по себе, взятые порознь, не могут считаться противоречивыми. Только когда они берутся вместе и рассматриваются как одновременно истинные, эти суждения образуют логическое противоречие. В процессе рассуждения о каком-либо определенном предмете нельзя одновременно утверждать и отрицать что-либо в одном и том же отношении. Закон противоречия принято выражать в виде формулы:

$$\overline{(A \wedge \bar{A})}$$

Два суждения: «Иванов знает английский язык» и «Иванов не знает английского языка» не могут быть истинными, если относительно обоих суждений, во-первых, выполняется требование закона тождества (понятие «знать английский язык» определено); во-вторых, суждения относятся к одному и тому же времени и, в-третьих, утверждение и отрицание рассматриваются в одном и том же отношении (относятся к одному и тому же лицу). Противоречия не возникло бы, если бы речь шла о разных людях, но однофамильцах. То же можно сказать, если бы речь шла о разных временах: в одном случае Иванов – студент, в другом – он же, но уже доктор технических наук, 20 лет спустя. Существенным является то, что понимается под знанием английского языка; в одном случае это умение читать специальную литературу без словаря, в другом – способность работать в качестве переводчика. Мы видим, что здесь требуется выполнение закона тождества не только в отношении субъекта («Иванов»), но и предикатов в суждении («знает английский язык»).

Закон противоречия справедлив относительно любых видов противоположных суждений в обыденном и научном мышлении. Однако видеть логические, противоречия там, где их нет, ведет к неверному истолкованию закона непротиворечия и попыткам ограничить его действие. Речь идет о так называемом мнимом противоречии. Например: Можно просто сказать: «Дверь полуоткрыта». Но можно заявить: «Дверь открыта и не открыта», имея при этом в виду, что она открыта, поскольку не является плотно притворенной, и вместе с тем не открыта, потому что не распахнута настежь.

2.3. Закон исключенного третьего. Закон исключенного третьего связан с противоречащими суждениями. Он означает, что может быть лишь два противоречащих друг другу суждения, третьего быть не может. Отсюда и пошло название данного закона. Если два суждения отрицают друг друга, одно что-либо утверждает, а другое противоречит существованию утверждаемого, можно говорить о том, что эти суждения являются противоречащими. Каждое из этих суждений является самостоятельным и

рассматривается отдельно в силу того, что содержит информацию, отрицающую противное суждение. Рассмотрение их в этом плане производится для того, чтобы определить, какое из них истинно, а какое – ложно. Поскольку такие суждения полностью исключают друг друга, т. е. при истинности одного другое всегда является ложным, нет третьего варианта. То есть это означает, что отсутствует любое промежуточное состояние между истинностью и ложностью. Значит, не может быть третьего суждения относительно одного предмета, отражающего те же свойства, которые отражаются (утверждаются или отрицаются) двумя противоречащими суждениями.

$$A \vee \bar{A}$$

Существуют границы применимости закона исключенного третьего, о чем писал еще Аристотель, демонстрируя пример неопределённого высказывания: «Завтра будет морское сражение», которое сегодня не истинно и не ложно. Данный пример можно представить в следующем виде:

Предположим, сегодня истинно, что завтра будет морское сражение. Из этого следует, что не может быть, чтобы завтра не было морского сражения. Следовательно, необходимо, чтобы завтра морское сражение произошло. Подобно этому, если сегодня ложно, что завтра будет морское сражение, то необходимо, чтобы морское сражение завтра не произошло. Но высказывание о том, что завтра произойдет морское сражение, сегодня истинно или ложно (логический принцип двузначности, в соответствии с которым всякое высказывание является либо истинным, либо ложным, то есть принимает одно из двух возможных истинностных значений — «истинно» и «ложно»). Принцип двузначности предлагает нам выбрать одну из этих двух альтернатив как верную, то есть или необходимо, чтобы морское сражение завтра произошло, или необходимо, чтобы оно завтра не произошло. В самом деле, если сегодня высказано «Завтра будет морское сражение или завтра не будет морского сражения», то это высказывание будет неопределённым, если неопределёнными образующие его части. Но утверждение «Завтра будет морское сражение или неверно, что завтра будет морское сражение» будет истинно: если высказывание «Завтра будет морское сражение» неопределённо, то высказывание «Неверно, что завтра будет морское сражение» истинно.

Аристотель считал, что закон исключённого третьего следует ограничить высказываниями о прошлом и настоящем и не прилагать его к высказываниям о неопределённых будущих событиях, то есть к таким, наступление которых в настоящий момент ещё не предопределено, поскольку нет причины ни для того, чтобы они произошли, ни для того, чтобы они не случились.

Применяя закон исключенного третьего, надо помнить, что он ничего не говорит о том, какое из двух противоречащих суждений является истинным. Закон указывает лишь на то, что истинно одно и только одно из них, а другое обязательно ложно. Это значит, когда нам удалось установить значение истинности одного из двух противоречащих суждений, то тем самым определилось и значение истинности другого тоже. Отдельно устанавливать его уже не надо, потому что оно однозначно задается значением истинности сопряженного с ним понятия. Но какое из них именно должно быть оценено так, а какое иначе - для этого требуется отдельное исследование. Причем одной только логики для него уже, как правило, недостаточно и зачастую приходится вообще выйти за ее пределы и обратиться к специальным наукам.

Производство всякого товара может быть рентабельным и нерентабельным. Произведенное так разделение, с точки зрения логики, будет правильно задавать возможные взаимно исключающие альтернативы. Однако для решения вопроса о том, какая из них действительно имеет место, надо в каждом конкретном случае решать, опираясь на законы экономики и знание условий производства и сбыта данного вида товаров.

2.4. Закон достаточного основания. Четвертый из основных законов логики был сформулирован по прошествии значительного периода времени после обоснования Аристотелем первых трех. Его автор немецкий философ Лейбниц. В своей работе о простых субстанциях «Монадология» он писал: «...ни одно явление не может оказаться истинным или действительным, ни одно утверждение справедливым, – без достаточного основания, почему именно дело обстоит так, а не иначе, хотя эти основания в большинстве случаев вовсе не могут быть нам известны».

Современное определение закона Лейбница основано на понимании, что всякое положение для того, чтобы считаться вполне достоверным, должно быть доказанным; должны быть известны достаточные основания, в силу которых оно считается истинным.

Функциональное предназначение данного закона выражается в требовании соблюдать в мышлении такую черту, как обоснованность. Г. В. Лейбниц, по сути, объединил законы Аристотеля с их условиями определенности, последовательности и непротиворечивости рассуждения, и на основании этого разработал понятие о достаточном основании для того, чтоб характер размышления был логичным. Немецкий логик хотел этим законом показать, что в познавательной или практической деятельности человека рано или поздно наступает момент, когда недостаточно иметь просто истинное утверждение, нужно чтобы оно было обоснованным.

При детальном анализе оказывается, что закон достаточного основания мы применяем в повседневной жизни довольно часто. Делать выводы, основываясь на фактах – значит применять этот закон.

Нарушение закона достаточного основания также широко распространено. Иногда причиной тому неграмотность, иногда – специальные уловки с целью получения выгоды (например, построение аргументации с нарушением закона для победы в споре). Как пример, высказывания: «Этот человек не болеет, у него ведь нет кашля» или «Гражданин Иванов не мог совершить преступление, ведь он прекрасный работник, заботливый отец и хороший семьянин». В обоих случаях ясно, что приводимые аргументы в недостаточной мере обосновывают тезис, а, значит, являются прямым нарушением закона достаточного основания.

3. Оценка содержания высказывания адресатами: истинность/ложность, правильность/неправильность, многозначность, неопределенность, недосказанность.

3.1. Истинность/ложность. Когда речь идет об истинности/ложности суждений, имеют в виду соответствие/несоответствие их содержания реальному положению вещей. Однако определение истинности/ложности суждений нередко становится нелегкой задачей. Это может быть связано с неоднозначностью слов, применяемых в высказываниях, или с некорректным с точки зрения логики построением суждения. Причиной может быть сложность структуры самого суждения или невозможность определения ложности либо истинности в данный момент в силу неизвестности или недоступности необходимой информации.

Определение истинности суждений непосредственно связано со сравнимостью и несравнимостью. Сравнимые суждения делятся на совместимые и несовместимые.

Несовместимые суждения могут находиться в отношениях противоречия и противоположности. Понятия, входящие в отношение противоречия, характеризуются тем, что не могут быть одновременно истинными или ложными. Если одно из противоречащих суждений истинно, то другое ложно, и наоборот.

Если одно из противоположных суждений истинно, другое обязательно ложно, так как они исключают друг друга полностью. При этом ложность одного из

противоположных суждений не означает ложности или истинности другого. И действительно, противоположность суждений еще не означает, что одно из них всегда истинно, а другое – ложно. Например: «На Марсе нет жизни» и «На Марсе есть жизнь». Эти понятия неопределенны, т. е. неизвестно, истинны они или ложны. Оба они могут быть ложными. Но истинным может быть только одно из них.

Совместимые суждения входят в отношения логического подчинения, равнозначности и частичного совпадения (пересечения).

Подчиненные совместимые суждения. Носят такое название в силу того, что одно из этих суждений входит в объем другого, подчинено ему. Такие суждения имеют общий предикат. Определение истинности суждений, находящихся в отношении подчинения, связано с определенной спецификой, так как одно из суждений входит в объем второго. В связи с этим истинность общего суждения влечет истинность частного, истинность же частного не определяет с достоверностью истинности общего. Ложность общего оставляет частное суждение неопределенным, а ложность частного не означает, что ложно и общее.

Приведем пример: «Феррари – хороший автомобиль» и «Все автомобили хорошие». Второе суждение ложно. Оно является подчиняющим. При этом подчиненное ему частное суждение является истинным.

Условно говоря, совместимые равнозначные суждения отражают одно и то же явление или предмет окружающего мира, но делают это по-разному. Так, если мы возьмем для рассмотрения два разных суждения об одном предмете или явлении, т. е. два совместимых суждения, то заметим закономерность: в одном случае у обоих этих высказываний будет один субъект, но различно выраженные (хотя и имеющие одинаковый смысл) предикаты. В другом возникает обратная ситуация. Однако в данном случае мы говорим только об эквивалентных, но ни в коем случае не обо всех совместимых суждениях. Само собой разумеется, что когда два суждения эквивалентны, одинаковы по своему значению, в случае ложности одного из них ложно и второе, и наоборот.

Примером эквивалентных совместимых суждений являются следующие высказывания: «Луна является естественным спутником Земли» и «Луна – это спутник Земли, возникший в результате естественных причин».

При определении истинности совместимых суждений, не являющихся эквивалентными, необходимо каждый раз исходить из реального положения вещей: так как зачастую совместимые понятия отражают один и тот же предмет лишь частично, каждое из них в этом случае может быть как истинным, так и ложным.

Отношение пересечения характеризуется тем, что при ложности одного такого суждения другое обязательно истинно. Это связано с тем, что такие суждения имеют одинаковые субъект и предикат, которые тем не менее разнятся по качеству. При этом если одно из таких суждений истинно, то относительно другого не ясно, истинно оно или ложно.

3.2. Правильность/неправильность. Понятие правильности/неправильности рассуждения относится лишь к логическим действиям и операциям мышления. Если в числе посылок умозаключения встречается ложная посылка, то при соблюдении правил логики мы в заключении можем получить и истину, и ложь. Если правила логического вывода нарушены, то в заключении также можем получить и истину и ложь.

Итак, с точки зрения содержания мышление может давать истинное или ложное отражение мира, а со стороны формы оно может быть логически правильным или неправильным. Истинность есть соответствие мысли действительности, а правильность мышления - соблюдение законов и правил логики. Нель-зя отождествлять (смешивать) следующие понятия: “истин-ность” (“истина”) и “правильность”, а также понятия “ложность” (“ложь”) и “неправильность”.

3.3. Многозначность. Характеристика выражения, имеющего в разных контекстах разное значение. Нет такого языка, в котором каждому словесному знаку соответствовало бы только одно значение. Подавляющее большинство слов обычного языка многозначно. Между одними значениями трудно найти что-либо общее, между другими трудно провести различие. Существует закономерность: чем употребительнее слово, тем оно более многозначно.

С многозначностью связана одна из основных трудностей понимания говорящими друг друга. Правильно понять смысл слова можно, только учитывая его сочетание с другими словами и ситуацию речи.

3.4 Неопределенность. Понятие является определённым, когда оно имеет ясное содержание и резкий объём. Понятие имеет ясное содержание в том случае, если можно точно указать набор существенных признаков выражаемого объекта, а также точно установить границу между теми объектами, которые это понятие охватывает, и теми, которые не принадлежат к его объёму. Например, понятие «мастер спорта» является определённым. Оно имеет ясное содержание, т. к. можно точно указать его наиболее важный отличительный признак – официально обладать спортивным разрядом мастера спорта. Также это понятие имеет резкий объём – относительно любого человека можно точно сказать, является он мастером спорта или нет, т. е. попадает или не попадает в объём данного понятия; иначе говоря, можно провести резкую границу между всеми мастерами спорта и всеми, кто ими не является, точно отделить одних от других.

Понятие является неопределённым, когда оно имеет неясное содержание и нерезкий объём. Если понятие характеризуется неясным содержанием, то это значит, что невозможно точно указать наиболее важные отличительные признаки того объекта, который оно выражает; а нерезкий объём понятия свидетельствует о невозможности провести точную границу между теми объектами, которые входят в объём этого понятия, и теми, которые не входят в него. Например, понятие «хороший спортсмен» является неопределённым. Оно имеет неясное содержание, т. к. невозможно с точностью указать существенные признаки хорошего спортсмена: нельзя однозначно ответить на вопрос, кого следует считать хорошим спортсменом. То ли это тот, кто имеет разряд не ниже мастера спорта, то ли тот, кто установил не менее одного мирового рекорда, то ли многократный олимпийский чемпион, то ли хороший спортсмен – это тот, кто сам себя таковым считает.

Понятно, что и мнения разных людей по поводу того, кого надо относить к хорошим спортсменам, будут различаться: одни будут утверждать одно, другие – другое. Также это понятие имеет нерезкий объём – относительно любого человека невозможно точно сказать, является он хорошим спортсменом или нет, т. е. попадает или не попадает в объём данного понятия; иначе говоря, нельзя провести резкую границу между

множеством хороших спортсменов и всеми, кто ими не является, точно отделить одних от других.

Конечно, намного удобнее и проще обращаться с определёнными понятиями, чем с неопределёнными, однако последние занимают значительное место и играют важную роль в мышлении и языке.

Основные причины появления и существования неопределённых понятий таковы:

1. Многие объекты, свойства и явления окружающего мира многогранны и сложны. Они-то, как правило, и выражаются в мышлении неопределёнными понятиями. Например, понятие «любовь», отличаясь в высшей степени неясным содержанием и, соответственно, нерезким объёмом, – неопределённое, потому что обозначает явление настолько сложное, что за всю историю человечества никто так и не смог окончательно и исчерпывающе ответить на вопрос о том, что же такое любовь.

2. Как верно заметили ещё древние греки, всё в мире вечно меняется. Многообразие и плавность переходов из одного состояния в другое трудно выразить точно и однозначно, в виде определённых понятий. Неудивительно, что эти переходы обычно обозначаются неопределёнными понятиями. Можем ли мы точно сказать, когда человек является юным, когда молодым, когда зрелым, когда он достигает средних лет и, наконец, когда становится старым? Разумеется, понятия «юный», «молодой», «зрелый», «старый» и многие другие, им подобные, являются неопределёнными.

3. Существование неопределённых понятий во многом связано с тем, что люди зачастую по-разному оценивают одни и те же объекты, свойства, явления и события. Одному человеку некая книга покажется интересной, другому – скучной. Один и тот же поступок может у одного вызвать восхищение, у другого – негодование, третьего – оставить равнодушным. Различия в оценках окружающей нас действительности воплощаются в неопределённости многих понятий, например: интересный фильм, модная одежда, способный ученик, скучная книга, трудная задача, недостойное поведение, симпатичная девушка, вкусное блюдо.

Итак, неопределённые понятия занимают значительное место в нашей интеллектуально-речевой практике. Они представляют собой её неотъемлемый компонент, и избавление от них так же лишено смысла, как и невозможно. Неопределённые понятия являются источником неточности, разногласий и коммуникативных (связанных с общением) помех не сами по себе, а в зависимости от той ситуации, в которой они употребляются. Как уже говорилось, в художественной литературе они даже необходимы. К различного рода трудностям неопределённые понятия могут привести, если они употребляются, например, в официальных документах. Неопределённые понятия, попавшие в тексты законов, могут создать основу для разночтений и неверных решений. Так, понятие «нарушение общественного порядка» является неопределённым и, присутствуя в тексте какого-либо законодательного акта без поясняющих комментариев, может стать причиной оправдания виновного и наказания невиновного.

3.5 Недосказанность (умолчание). Неполное высказывание, умолчание в речи о чём-нибудь существенном. Недосказанность отражает повышенную эмоциональность речи и мобилизует контекстуальное воображение читателя: вследствие умолчания внимание реципиента тем более концентрируется на том, что замалчивается; прерванную мысль контекст обычно позволяет реконструировать до цельности. Таким образом,

недосказанность не создает тайны, а служит средством акцентирования того, о чем прямо не сказано. Недосказанность есть требование автора, чтобы читатель сам расшифровал пробел: она активизирует мысль читателя/слушателя, подобно загадке. Ведь обычная формула загадки — сочетание нескольких деталей или признаков предмета с умолчанием о самом предмете. Отгадка — расшифровка этой недосказанности, название предмета. Недосказанность вводит в речь многозначительность, побуждает другую сторону к домысливанию, подчёркивает несоразмерность глубины якобы заложенной мысли со скромностью самого выражения. В русской литературе графическим выражением фигуры умолчания служит знак многоточия.

Используется как в ораторском искусстве, так и в частных и деловых беседах, в том числе и официального характера: «Если в нашей экономике не наступит серьёзных перемен, то ...». Умолчание широко используется при манипулировании сознанием, но проводится скрытно.

4. Формы мышления и правила оперирования ими (повторить по УМК «Логика»).

ЗАДАНИЕ:

1. Переработать текст лекции: дополнить, конкретизировать, упростить, упорядочить.

2. Подобрать к каждому пункту плана демонстрационный материал (фрагменты аудио или видео, карикатура, притчи, анекдоты, фрагменты из художественной литературы и т.д)

3. Работа в группах: распределить текст лекции по ролям (озвучка текста в соответствии с планом лекции; демонстрация в контексте озвучки текста лекции электронной презентации, аудио/видео фрагментов, сценических миниатюр).

Лекция 6. ЭТИКА РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ.

- 1. Понятие речевого этикета. Этикет в устной речи: стиль, формулы вежливости и интонация в устной речи.*
- 2. Определение ситуативной уместности/неуместности формул речи. Речевые шаблоны для делового взаимодействия.*
- 3. Социальный символизм этикетных формул речи.*
- 4. Этика письменной речи.*
- 5. Этика слушания.*
- 6. Этика телефонного разговора.*

1. Понятие речевого этикета. Этикет в устной речи: стиль, формулы вежливости и интонация в устной речи.

Речевой этикет представляет собой совокупность правил речевого поведения, систему национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности.

К речевому этикету, в частности, относятся слова и выражения, употребляемые людьми для прощания, просьбы, извинения, принятые в различных ситуациях формы обращения, интонационные особенности, характеризующие вежливую речь и т.д. В различных сферах человеческой деятельности этикетные средства используются различно. Поэтому в самостоятельные системы выделяются его (этикета) разновидности:

- воинский этикет;
- дипломатический этикет;
- церковный (православный) этикет;
- светский этикет;
- служебный (деловой) этикет/

Речевой этикет связан с так называемыми постулатами речевого общения, которые делают возможным и успешным взаимодействие участников коммуникации.

К постулатам речевого общения относятся:

- постулаты качества (сообщение не должно быть ложным или не имеющим под собой должных оснований),
- постулаты количества (сообщение не должно быть ни слишком кратким, ни слишком пространным),
- постулаты отношения (сообщение должно быть релевантным для адресата),
- постулаты способа (сообщение должно быть ясным, четким, не содержать непонятных для адресата слов и выражений и т.д.),
- постулаты вежливости.

Нарушение одного или нескольких из этих постулатов в той или иной степени влечет за собой коммуникативную неудачу.

Речевой этикет в узком смысле слова может быть охарактеризован как система языковых средств, в которых проявляются этикетные отношения. Элементы этой системы могут реализовываться на разных языковых уровнях:

- *на уровне лексики и фразеологии*: специальные слова и устойчивые выражения (Спасибо, Пожалуйста, Прошу прощения, Извините, До свиданья и т.п.), а также специализированные формы обращения (Господин, Товарищ и т.п.).

- *на грамматическом уровне*: использование для вежливого обращения множественного числа (в том числе местоимения Вы); использование вопросительных предложений вместо повелительных (Вы не скажете, который час? Не могли бы Вы немного подвинуться? и т.п.).
- *на стилистическом уровне*: требование грамотной, культурной речи; отказ от употребления слов, прямо называющих непристойные и шокирующие объекты и явления, использование вместо этих слов эвфемизмов.
- *на интонационном уровне*: использование вежливой интонации (например, фраза Будьте любезны, закройте дверь может звучать с разной интонацией в зависимости от того, предполагается в ней вежливая просьба или бесцеремонное требование).
- *на уровне орфоэпии*: использование Здравствуйтесь вместо Здравствуйте, Пожалуйста вместо Пожалста и пр.
- *на организационно-коммуникативном уровне*: запрет перебивать собеседника, вмешиваться в чужой разговор и т.д.

Среди этикетных требований, предъявляемых к устной речи, важное место занимает интонация высказывания. Носитель языка безошибочно определяет весь диапазон интонаций – от подчеркнуто вежливой до пренебрежительной. Однако определить, какая интонация соответствует речевому этикету, а какая выходит за его рамки, в общем виде, без учета конкретной речевой ситуации едва ли возможно. Так, в русской речи выделяют (вслед за Е.А.Брызгуновой) семь основных «интонационных конструкций» (т.е. типов фразовой интонации). Произнесение одного и того же высказывания с различной интонацией (соответственно, реализация различных интонационных конструкций) выражает различные противопоставления: по смыслу, по актуальному членению, по стилистическим оттенкам и в том числе – по выражению отношения говорящего к слушающему. Этим отношением и определяется, какую интонационную конструкцию в данном случае следует использовать, а какую – нет. Так, в соответствии с этикетными правилами интонация не должна указывать на пренебрежительное или покровительственное отношение, намерение поучать собеседника, агрессию и вызов. В особенности это касается разного рода вопросительных высказываний. Например, один и тот же вопрос: *Где Вы были вчера вечером?* – допускает разную интонацию в зависимости от того, кому и кем этот вопрос адресован: начальником – подчиненному, представителем следственных органов – подозреваемому; одним приятелем другому; одним собеседником другому в ходе светского разговора «ни о чем» и т.д.

Помимо интонации, устную речь отличает от письменной использование паралингвистических знаков – жестов и мимики. С точки зрения речевого этикета различаются следующие паралингвистические знаки:

- не несущие специфической этикетной нагрузки (дублирующие или заменяющие собой сегменты речи – указующие, выражающие согласие и отрицание, эмоции и пр.);
- требуемые этикетными правилами (поклоны, рукопожатия и пр.);
- имеющие инвективное, оскорбительное значение.

При этом регламентация жестикуляции и мимики охватывает не только две последние категории знаков, но и знаки неэтикетного характера – вплоть до чисто информативных; ср., например, этикетный запрет показывать на предмет речи пальцем.

Кроме того, требования речевого этикета могут распространяться на паралингвистический уровень общения в целом. Например, в русском речевом этикете предписывается воздерживаться от слишком оживленной мимики и жестикуляции, а также от жестов и мимических движений, имитирующих элементарные физиологические реакции. При этом существенно, что одни и те же жесты и мимические движения могут иметь разное значение в разных языковых культурах.

Специфика речевого этикета в том, что он характеризует как повседневную языковую практику, так и языковую норму. Действительно, элементы речевого этикета присутствуют в повседневной практике любого носителя языка (в том числе и слабо владеющего нормой), который легко опознает эти формулы в потоке речи и ожидает от собеседника их употребления в определенных ситуациях. Элементы речевого этикета усваиваются настолько глубоко, что они воспринимаются «наивным» языковым сознанием как часть повседневного, естественного и закономерного поведения людей. Незнание же требований речевого этикета и, как следствие, их невыполнение (например, обращение к взрослому незнакомому человеку на Ты) воспринимается как желание оскорбить или как невоспитанность.

С другой стороны, речевой этикет может рассматриваться с точки зрения языковой нормы. Так, представление о правильной, культурной, нормированной речи включает в себя и определенные представления о норме в области речевого этикета. Например, каждому носителю языка известны формулы извинения за неловкость; однако нормой приветствуются одни (Извините меня, Прошу прощения) – и отвергаются или не рекомендуются другие, например, Извиняюсь (причем иногда подобному разграничению даются «обоснования» вроде: нельзя извинять себя, можно только просить извинения у других и пр.). Само употребление или неупотребление единиц речевого этикета также может быть предметом нормализации, например: формулы извинения уместны в случае, если говорящий причиняет беспокойство своему собеседнику, однако слишком часто извиняться не следует, так как этим собеседник ставится в неловкое положение и пр. Кроме того, нарушение норм и правил литературного языка, особенно если оно выглядит как небрежность, само по себе может рассматриваться как нарушение речевого этикета.

Граница между повседневной речевой практикой и нормой в речевом этикете неизбежно является подвижной. Практическое применение речевого этикета всегда несколько отличается от нормативных моделей, и не только из-за недостаточного знания участниками его правил. Отклонение от нормы или чересчур дотошное следование ей может быть связано с желанием говорящего продемонстрировать свое отношение к собеседнику или подчеркнуть свое видение ситуации.

2. Определение ситуативной уместности/неуместности формул речи. Речевые шаблоны для делового взаимодействия.

Речевой этикет так или иначе привязывается к ситуации речевого общения и ее параметрам: личностям собеседников, теме, месту, времени, мотиву и цели общения.

Прежде всего, он представляет собой комплекс языковых явлений, ориентированных на адресата, хотя личность говорящего (или пишущего) также учитывается. Это может быть наилучшим образом продемонстрировано на употреблении Ты- и Вы-форм в общении. Общий принцип состоит в том, что Вы-формы употребляются как знак уважения и большей формальности общения; Ты-формы, напротив, соответствуют неформальному общению между равными. Однако реализация этого принципа может представать в различных вариантах в зависимости от того, как участники речевого общения соотносятся по возрастной и/или служебной иерархии, находятся ли они в родственных или дружеских отношениях; от возраста и социального положения каждого из них и т.д.

Речевой этикет обнаруживает себя по-разному также в зависимости от темы, места, времени, мотива и цели общения. Так, например, правила речевого общения могут различаться в зависимости от того, являются темой общения печальные или радостные для участников общения события; существуют специфические этикетные правила, связанные с местом общения (застолье, производственное совещание) и т.д.

Этикетная формула часто представляет собой фразеологизированные предложения, являющиеся готовыми языковыми средствами. Многие из них включают уже ушедшие, самостоятельно не употребляющиеся слова. Представляя кого-нибудь при знакомстве, говорят: "Прошу любить и жаловать!" Уезжающий говорит: "Счастливо оставаться! Не поминайте лихом!" Слова "лихо" и "жаловать" в современном русском языке уже не употребляются.

С помощью словесных формул мы выражаем отношение при встрече и расставании, когда кого-либо благодарим или приносим свои извинения, в ситуации знакомства и во многих других случаях.

Принципы использования этикетных формул, помимо универсального принципа вежливости, - это принцип соответствия речевой ситуации. Обстановка общения (официальная/неофициальная) и фактор адресата (социальный статус, личные заслуги, возраст/пол, степень знакомства) являются определяющими при выборе этикетных формул:

Приветствия:	Добрый день (утро, вечер) Здравствуйте!
Формулы прощания:	До свидания! Всего доброго! Всего хорошего! До встречи! (если назначена встреча) Позвольте попрощаться! Счастливого пути! (отъезжающему)
Формулы благодарности:	Спасибо! Очень признателен вам... Благодарю! Большое спасибо! Сердечно благодарю (благодарен)! Разрешите поблагодарить вас! Очень вам признателен!
Просьба:	Будьте добры... Будьте любезны... Прошу вас...
Извинение:	Приношу свои извинения...

	Извините, пожалуйста...
	Прошу меня простить...
	Простите, пожалуйста...
Предложение:	Позвольте предложить...
	Мне хочется предложить...
	Я хотел бы предложить вам...
Приглашение:	Разрешите пригласить вас на...
	Я приглашаю вас на...
	От имени... приглашаю вас на...

3. Социальный символизм этикетных формул речи.

Явления речевого этикета различаются в зависимости от социального статуса участников коммуникации. Эти различия проявляются в нескольких планах. Прежде всего, различные единицы речевого этикета употребляются в зависимости от социальных ролей, которые принимают на себя участники коммуникации. Здесь важны как социальные роли сами по себе, так и их соотносительное положение в общественной иерархии. При общении между двумя студентами; между студентом и преподавателем; между начальником и подчиненным; между супругами; между родителями и детьми – в каждом отдельном случае этикетные требования могут быть очень разными. Одни единицы сменяются другими, функционально однородными, но противопоставленными стилистически. Так, в перечисленных ситуациях могут быть уместны разные формулы приветствия: *Привет, Здравствуй, Здравствуйте, Здравствуйте, Иван Иванович*. Другие единицы речевого этикета в одних случаях являются обязательными, в других – факультативными. Например, при звонке по телефону в неуточное время необходимо извиниться за беспокойство, просто при звонке по телефону извиняться не следует, однако, если к телефону подходит не адресат звонка, а посторонний человек, особенно если он старше, будет также уместным извиниться за беспокойство и т.д.

На эти аспекты речевого поведения накладываются также различия в употреблении единиц речевого этикета у представителей разных социальных групп. Многие специализированные единицы и общие проявления речевого этикета различаются по их устойчивой прикрепленности к тем или иным социальным группам носителей языка. Эти группы могут быть выделены по следующим критериям:

- *возраст*: формулы речевого этикета, связываемые с молодежным жаргоном (*Алё, Чао, Гудбай*); специфические формы вежливости в речи людей старшего поколения (*Благодарствую, Окажите любезность*);
- *образование и воспитание*: более образованные и воспитанные люди тяготеют к более аккуратному употреблению единиц речевого этикета, более широко употребляют *Вы*-формы и пр.;
- *пол*: женщины в среднем тяготеют к более вежливой речи, реже употребляют грубую, близкую к бранной и обценной лексику, более щепетильны в выборе тем;
- *принадлежность к специфическим профессиональным группам*.

4. Этика письменной речи.

Основная функция письменной речи – фиксация устной речи, чтобы сохранить ее в пространстве и времени. Письмо служит средством коммуникации тогда, когда непосредственное общение невозможно.

Основное свойство письменной речи – способность к длительному хранению информации. Письменная речь разворачивается не во временном, а в статическом пространстве, что дает возможность пишущему обдумать текст, возвратиться к нему еще раз, перестроить текст или часть его, осуществить поиск нужной формы. Письменной речи свойственны, как правило, сложные синтаксические конструкции, употребление причастных оборотов, предлогов, вводных слов. Письменная речь обладает стилиобразующей функцией, что находит отражение в выборе речевых средств.

Письменная речь – в основном книжная речь. Как книжная речь она обслуживает политическую, научную и другие сферы общения, в то время как разговорная используется на официальных и полуофициальных встречах и совещаниях, торжествах, в семейно-бытовой обстановке. Письменная речь строится по нормам литературного языка, и их нарушение недопустимо. Кроме того, на письме не допускаются быстрые неоправданные переходы от одной мысли к другой, отсутствие логических связей. Знание правил и норм этикета необходимо при составлении писем личного и делового характера, оформлении документации.

Этикет письменной речи базируется на общих принципах речевого этикета, но, кроме того, нужно учитывать следующие правила:

- Необходимо правильно выбрать форму обращения, соответствующую речевой ситуации. В зависимости от того, частное это письмо или деловая переписка, указывается обращение – «милый друг» или «уважаемый господин президент!»

- Письменная речь должна соответствовать нормам и правилам культуры речи.

- Соответствовать стандарту при деловом общении и подчиняться нормам жанра: содержать формулы обращения, прощания, каждая отдельная тема начинается с новой строки, необходимо использовать речевые клише, как то: просим вас выслать каталог, ставим в известность...

- Тон документа, личной корреспонденции должен быть уважительным и корректным.

5. Этика слушания.

Умение слушать - своего рода искусство, которым владеет далеко не каждый. Нам мешают слушать партнера собственные мысли, которые уводят в сторону от темы разговора. Порой мы перебиваем партнера, потому что "и так уже все ясно". Еще сложнее, когда говорящий видит на лице собеседника мученическое выражение, за которым скрывается равнодушие. Не умея слушать, мы теряем расположение собеседника, который мог бы стать партнером, а в личном общении - другом.

Что дает умение слушать в деловых контактах? Оно позволяет понять партнера; получить от него полную информацию; воспринять советы и предложения; сделать общение комфортным для собеседника и, следовательно, произвести на него хорошее впечатление.

Манера слушания складывается у человека стихийно и зависит от его пола, психического склада, занимаемого служебного положения, профессии. Различают мужской и женский стили слушания. Мужской стиль характеризуется вниманием к содержанию разговора. Само слушание длится примерно не более 20 секунд. Уловив, о чем идет речь, такие слушатели начинают продумывать свои критические замечания или перебивают собеседника. Женский стиль характеризуется большим вниманием к эмоциям и чувствам собеседника, к самому процессу общения, а не к содержанию разговора. Женщины более тонко чувствуют собеседника, воспринимают его как личность, гораздо реже перебивают. Оба стиля слушания имеют свои достоинства и недостатки. Мужской стиль может вызывать у партнера дискомфорт, женский стиль в отдельных случаях может быть малоэффективен.

Чтобы научиться слушать, следует проанализировать свою манеру слушать: к какому стилю ее можно отнести? Позволяет ли она получать необходимую информацию? Какое впечатление производит на собеседника? Талантом собеседника отличается не тот, кто охотно говорит сам, а тот, с кем охотно говорят другие; если после беседы с вами человек доволен собой и своим остроумием, значит, он вполне доволен и вами.

Неумелое слушание искажает смысл передаваемой информации. Существуют два основных вида слушания: нерефлексивное и рефлексивное.

Нерефлексивное слушание предполагает минимальное вмешательство в речь собеседника при максимальной сосредоточенности на ней. Чтобы овладеть неререфлексивным слушанием, надо научиться "внимательно молчать", демонстрируя понимание, доброжелательность и поддержку. Такой прием облегчает говорящему процесс самовыражения и помогает слушателям лучше понять смысл высказываний, уловить, что стоит за словами.

Психологи определили пять ситуаций, при которых целесообразно применять неререфлексивное слушание.

1. Собеседник горит желанием выразить свое отношение к чему-то, хочет высказать свою точку зрения.

2. Собеседник хочет обсудить наиболее важные вопросы.

Если человек обеспокоен, обижен чем-то или испытывает другие отрицательные эмоции, стоит предоставить ему возможность высказаться и выразить свои чувства, почти не вмешиваясь в его речь. Это снимает напряжение и способствует установлению нормального двустороннего контакта. Возможность высказать накопившееся приносит говорящему эмоциональное облегчение, а слушающему помогает понять причины поступков и переживаний собеседника.

3. Собеседнику трудно выразить словами то, что его волнует, о чем он хочет рассказать.

Минимальное вмешательство в разговор облегчает говорящему самовыражение. Ненужное же вмешательство в его речь, субъективные замечания часто препятствуют установлению взаимопонимания.

4. Собеседник застенчив, неуверен в себе, имеет различные комплексы.

5. При приеме на работу, во время собеседования, когда о собеседнике хотят узнать как можно больше.

Можно задать вопрос: "Что в этой работе привлекает вас больше всего?" или "Почему вы желаете работать именно у нас?" - и дать человеку свободно высказаться, не направляя ход его мыслей вопросами и комментариями. Минимальное вмешательство в речь собеседника помогает лучше понять говорящего, его истинные чувства, цели и намерения, а также показать говорящему, что им действительно интересуются.

Рефлексивное слушание предполагает установление активной обратной связи с говорящим, позволяет устранить преграды, искажения информации в процессе общения, точнее понять смысл и содержание высказываний. Следует иметь в виду, что многие слова многозначны и могут пониматься по-разному. Значение слова иногда зависит от ситуации, от контекста, в котором оно используется. Говорящий может вкладывать в высказывание один смысл, а слушающий истолковывает его по-другому. Людям нередко трудно прямо и открыто высказать свое мнение. Боязнь быть неправильно понятым, показаться глупым или смешным, столкнуться с неодобрением, осуждением заставляет предпринимать обходной маневр, нагромождать слова, скрывая за этим истинные мотивы.

Психологи предлагают четыре основных приема рефлексивного слушания. Эти приемы обычно применяются комплексно.

1. *Выяснение.* Это прямое обращение к говорящему за уточнениями. Чтобы получить дополнительные сведения или прояснить смысл отдельных высказываний, можно попросить, например: "Пожалуйста, уточните это". Если необходимо понять суть того, о чем говорит собеседник, можно переспросить: "В этом ли заключается проблема, как вы ее понимаете?" Подобные вопросы способствуют лучшему пониманию.

2. *Отражение чувств.* Здесь основное внимание уделяется не содержанию сообщений, а чувствам, выраженным говорящим, эмоциональной составляющей его высказываний. Эмоциональная реакция на чувства других очень важна для взаимопонимания. Эффективность общения зависит не только от его содержательной, но и от эмоциональной стороны. Возникновение же и проявление эмоций всегда связано с тем, что особенно значимо для человека. Отражая чувства собеседника, мы показываем ему, что понимаем его состояние. Чтобы лучше понять чувства человека, нужно следить за выражением его лица, позой, жестами, интонацией, устанавливаемой дистанцией с партнером по общению, т.е. пользоваться невербальными средствами общения.

3. *Резюмирование.* Этот прием целесообразно применять при продолжительных беседах. Обобщающие фразы дают слушающему уверенность в точном восприятии сообщения и одновременно помогают говорящему понять, насколько хорошо ему удалось передать свою мысль. Резюме следует формулировать своими словами, используя вступительные фразы, например: "Вашими основными идеями, как я понял, являются...", "Если подвести итог сказанному, то...", "Итак, вы считаете, что..."

Резюмирование особенно полезно в ситуациях, где необходимо принимать решения (при урегулировании конфликтов, обсуждении разногласий, рассмотрении претензий и т.д.).

4. *Перефразирование.* Цель перефразирования - собственная формулировка сообщения говорящего для проверки точности понимания. Перефразирование можно начать словами: "Если я вас правильно понял...", "Другими словами, вы считаете...", "Вы

думаете..." Перефразировать следует только существенные, главные мысли сообщения. При перефразировании нас интересуют именно смысл и идеи, а не установки и чувства собеседника.

Типичные ошибки в процессе слушания. Слушать партнера - дело сложное, требующее напряжения. Если вы не очень внимательно прислушиваетесь к собеседнику, то упускаете многие важные моменты. В результате вы не только потеряете драгоценное время, но и будете раздражать партнера. Человек, который говорит только о себе и о своей фирме, не проявляя интереса к своим деловым партнерам, как правило, не добивается серьезных успехов.

Самая распространенная ошибка у неопытных людей, старающихся склонить собеседника к своей точке зрения, - это стремление слишком мною говорить самим. Не стоит допускать такой ошибки. Дайте возможность выговориться собеседнику, ведь он лучше вас осведомлен о своих проблемах и нуждах. Если же вы не согласны с ним, то не спешите перебивать и не ждите с нетерпением паузы в разговоре, чтобы вставить свое замечание. Помните, что если вы не дадите высказаться собеседнику до конца, то у него может создаться впечатление, что его лишили этого права.

Что именно может помешать внимательному слушанию?

1. *Отключение внимания.* Отвлечь внимание может все, что действует необычно или раздражает. Например, внешний вид говорящего, его голос или произношение, мимика и жесты.

2. *Высокая скорость умственной деятельности.* Мы думаем в 4 раза быстрее, чем говорим. Именно поэтому, когда кто-либо говорит, наш мозг большую часть времени свободен и отвлекается от речи говорящего.

3. *Антипатия к чужим мыслям.* Любой человек всегда больше ценит свои мысли, и для него обычно приятнее и легче следовать своим мыслям, а не за тем, что говорит другой.

4. *Избирательность внимания.* Мы привыкли слушать многое, не уделяя всему пристального внимания. Попытка слушать все - непосильное занятие. И в порядке самозащиты мы приучаемся попеременно выбирать то, что в определенный отрезок времени представляет для нас максимальный интерес.

5. *Потребность реплики.* Чья-то речь может вызвать у нас неотвратимую потребность ответить. Если это происходит, то мы уже не слушаем, что нам говорят. Наши мысли заняты формулированием "разгромных" комментариев, с которыми мы хотим выступить по окончании речи.

Какие ошибки чаще всего допускают те, кто слушает?

1. Удаление от основного предмета разговора, которое свойственно многим слушателям, в результате чего может потеряться полностью нить изложения.

2. Заострение внимания на "голых" фактах. Они, конечно, важны, но на них не следует заикливаться. Психологи утверждают, что даже самые тренированные и внимательные люди могут точно запомнить не более пяти основных фактов.

3. "Уязвимые места". Для многих людей это такие критические слова, которые особенно действуют на психику, выводя человека из состояния равновесия. И в этот момент люди уже не следят за тем, что говорят в этот же момент другие.

Общие рекомендации по развитию навыков эффективного слушания:

1. Развивайте свои способности. Старайтесь сдерживать себя в попытке прерывать собеседника. Прежде чем отвечать, дайте ему возможность высказаться. Подчеркните своими действиями, что вам интересно его слушать.

2. Дайте собеседнику время высказаться. Многие люди думают вслух и наощупь идут к своей точке зрения. Чтобы человек открылся и выразил свою мысль до конца, вы должны дать ему время высказаться свободно и не торопясь. Не подчеркивайте своим поведением, что вам слишком трудно слушать.

3. Проявите полное внимание к собеседнику. Случайного кивка, восклицания или замечания порой достаточно для того, чтобы подчеркнуть заинтересованность.

4. Если собеседник уже высказался, то повторите главные пункты его монолога своими словами. Это гарантирует вас от любых неясностей и недоразумений.

5. Избегайте поспешных выводов. Это один из главных барьеров эффективного общения.

6. Не лицемерьте, не притворяйтесь. Когда нам уже ясно, что беспристрастная, надоедливая и неинтересная речь собеседника начисто лишена информации, мы часто начинаем притворяться; высказываем подчеркнутое внимание к партнеру, но в то же время взгляд останавливается и мы становимся рассеянными. Стоит партнеру заметить это, как его мысли путаются и он теряет нить высказывания.

7. Не отвлекайтесь. Плохого слушателя все отвлекает. Хороший слушатель либо сядет так, чтобы не отвлекаться, либо сконцентрирует свое внимание только на словах партнера.

8. Ищите истинный смысл слов собеседника. Помните, что не всю информацию удастся "уложить" в слова. Слово дополняется изменением тональности и окраски голоса, мимикой, жестами, движениями и наклоном тела.

9. Следите за главной мыслью, не отвлекайтесь на частные факты. Если мы концентрируем внимание только на частных фактах, то из-за этого возникают недоразумения.

Использование перечисленных приемов поможет вам улучшить свои способности слушать людей. И, кроме того, следует каждый день, по меньшей мере два раза по 10 минут, полностью отключившись от собственных мыслей, слушать кого-нибудь: коллегу, подчиненного, диктора, соседку и т.д. Привычка к концентрации внимания благотворно скажется на способности слушать.

6. Этика телефонного разговора.

При общении по телефону у нас нет визуальной картинки. Она складывается с помощью других средств. Очень важно не что мы говорим, а как мы говорим.

Телефонным звонкам, как и делу, есть свое время. Как правило, с восьми утра до 10 вечера. Выходные дни – табу для деловых звонков. Правила телефонного этикета предусматривают также, что заканчивает разговор тот, кто его начал. А если связь обрывается, то перезванивает тот, кто вызвал абонента в первый раз.

Обязательно отвечаем на все телефонные звонки. Если вам звонили на телефон, где есть определитель, то человек не обязан вам перезванивать во второй раз. Считается, что вы увидите его номер и обязательно перезвоните, даже если вам этот номер незнаком. Даже в том случае, если человек ошибся, вы непременно должны набрать его и сообщить ему об этом.

С незнакомым человеком разговариваем исключительно на «вы». Даже если вам показалось, что трубку поднял ребенок, лучше не рисковать. Голос часто бывает обманчив. Обязательно представьтесь. Кроме того, лучше избегать обращений типа «женщина», «мужчина», «молодой человек». Используйте безличные формы, например, «будьте добры», «подскажите, пожалуйста» и так далее.

Обычно телефонный разговор начинается стандартно. Самая классическая форма – «Алло!» либо «Алё!» «Да» считается очень короткой формой, «Слушаю» – слишком тщеславно, «У провода» – как-то шутливо, несерьезно, ведь вы никогда не знаете, кто звонит вам в данный момент. А то, что касается «У телефона», считается устарелой формой.

Телефонные звонки принято делить на личные и служебные. Отвечать на последние – обязательно в любом случае. Желательно, в течение первых трех сигналов. Если звоните вы сами, то ждать звонка дольше шести гудков не принято.

Деловой разговор должен длиться не больше пяти минут. Если вы заведомо знаете, что ваш разговор будет длительным, то вначале вы должны спросить у человека есть ли у него время и может ли он вам уделить, например, 20 или 30 минут.

По личным профессиональным делам нельзя звонить на домашний телефон. В том случае, если трубку подняла супруга или супруг коллеги, надо непременно представиться и, может быть, даже сообщить цель вашего звонка.

Ни в коем случае нельзя интересоваться, кто спрашивает человека, если вы собираетесь сказать, что его в данный момент нет дома. Если к телефону просят человека, который не может ответить сию секунду, не нужно объяснять конкретную причину. Просто сообщите, через какое время с ним можно связаться.

Что касается общения по мобильным телефонам, то и здесь этикет диктует немало правил. Основное правило будет связано с правилом безопасности. Нельзя пользоваться мобильными телефонами в самолетах и медицинских учреждениях.

Здравый смысл нам подсказывает, что нельзя пользоваться мобильными телефонами в театрах, кинотеатрах, на концертах, выставках и в музеях. Помимо этого, нельзя пользоваться мобильными телефонами в общественном транспорте, в магазинах, кафе, ресторанах и очень многих общественных местах.

Для того, чтобы разобраться где же все-таки ими нельзя пользоваться, надо помнить про «правило трех метров»: если у вас есть три метра до ближайшего человека, то только в этом случае вы можете позволить себе разговор по мобильному телефону. И то, очень короткий и, конечно же, негромкий. В ресторане или кафе мобильники не стоит выкладывать на столик. Убирайте их в сумочку или карман.

Очень строг этикет и к рингтонам. Они не должны быть громкими и пошлыми. Некрасиво набирать смс во время общения с реальным собеседником. Но правила хорошего тона позволяют не соблюдать правила пунктуации в коротких телефонных сообщениях.

Еще одно очень важное правило – ни в коем случае не просить чужой телефон. Даже если у этого человека абсолютно бесплатные звонки. И, конечно же, нельзя отвечать на звонки с чужого телефона.

Лекция 7. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

- 1. Понятие личностного и ролевого в общении.**
- 2. Психологические правила и принципы, обеспечивающие эффективность речевой коммуникации.**
- 3. Основные типы коммуникативности людей.**
- 4. Эго-состояния собеседника и их использование в общении. Теория трансактного анализа.**
- 5. Каналы восприятия и распознавания психологических особенностей собеседника. Основные механизмы восприятия и типичные искажения представлений о собеседнике.**

1. Понятие личностного и ролевого в общении.

По результативности совместного взаимодействия и достигнутым эффектам различают следующие виды межличностного речевого общения

необходимое общение (межличностные контакты, без которых совместная деятельность становится практически невозможной),

желательное общение (межличностные контакты, способствующие успешному решению производственных, воспитательных и других задач),

нейтральное общение (межличностные контакты, которые не мешают, но и не способствуют решению проблем).

нежелательное общение (межличностные контакты, которые затрудняют достижение задач совместного взаимодействия). Указанная система видов межличностного общения имеет отношение к вопросу о производительности и непродуктивности межличностных контактов и к критериям их оптимальности.

В межличностном виде общения обычно применяют языковые и неязыковые средства обмена информацией, механизмы психологического воздействия и др. Оно предусматривает установление прямых контактов между партнерами по общению, позволяет непосредственно реагировать и влиять на процесс взаимодействия. Именно поэтому межличностное общение еще называют прямым, непосредственным в отличие от опосредованного массового общения (массовое общение имеет анонимный характер, оно направлено не на определенного индивида, а на большие массы людей и осуществляется чаще с помощью средств массовой коммуникации).

Важно подчеркнуть эмоциональный характер межличностного общения, ведь в нем люди ориентированы, прежде всего, на свои внутренние цели, ценности и потребности. И хотя содержание такого общения, его формы могут гибко меняться и приспосабливаться к тому образу партнера, который формируется в процессе взаимодействия, одновременно оно предоставляет своим участникам значительную свободу в выборе способа общения, в принятии решения о его продлении или прекращении. В этой ситуации межличностное общение базируется на эмоциональной привлекательности, сходства партнеров и мало зависит от их социальных ролей и статусов.

Если общение организуется вокруг собственно психологических проблем (установление эмоциональных отношений с другим человеком, создание условий для развития индивида и др.), его называют личностно ориентированным. В том случае, когда общение ограничивается взаимодействием только на деловом уровне, оно имеет характер формального и называется официальным (ролевым).

Личностно ориентированный (или личностный) вид общения предполагает выделение в нем чисто психологического аспекта, то есть внутреннего мира человека. Это вовсе не означает, что речь идет только об одном партнере общения. Именно в отношениях с другим человеком индивид в полной мере может выступать и проявиться как личность, как субъект взаимодействия. Личностное общение предусматривает такие ситуации взаимодействия, в которые участники общения входят личностно. Основное назначение этого вида общения - обеспечение существования внутреннего мира личности, восприятие себя и другого как личностей, отстаивание прав на личностное отношение к явлениям внешнего мира. Речь идет не о эгоистическом устремлении, не об отстаивании «собственных» притязаний, а об утверждении общечеловеческих прав и свойств человека как личности. Как и в любом другом виде общения, в личностном общении партнеры обмениваются информацией о собственных переживаниях, чувствах, внешних событиях и т.д. Однако информационный аспект общения здесь скорее имеет второстепенный характер, а на первый план выступает внутренний мир человека.

Официальное (ролевое) общение предполагает отношения, опосредованные социальными или профессиональными ролями. Этот вид общения может иметь элементы личностного, однако они актуализируются настолько, насколько не расходятся с ограничениями, которые накладываются деловыми отношениями.

Ролевое общение обеспечивает взаимодействие в таких ситуациях, как «руководитель - подчиненный», «ученик - учитель», «покупатель - продавец», «врач - пациент» и др. Именно ролевые ожидания участников общения определяют, как воспринимается партнер, как оценивается его поведение, как оценивается индивидом собственное поведение, какой он есть как исполнитель роли. В ситуации ролевого общения человек не свободен в выборе стратегии своего поведения, она лишена определенной спонтанности своих реакций, действий, чувств, а иногда и внутреннего реагирования. И хотя каждый человек вносит индивидуальность и неповторимость в свои социальные роли (одинаковых врачей, лекторов, учителей нет и не может быть), образы, действия, представления задаются личности извне, социальной позицией.

2. Психологические правила и принципы, обеспечивающие эффективность речевой коммуникации.

В любом речевом событии действуют психологические факторы. Любое слово, интонация, жест, выражение лица и все прочие элементы речи влияют на слушателя

(конечно, если он их слышит и видит). Психология общения включает в себя правила, которых так много, что никто не может знать их числа и вряд ли когда узнает. Одними правилами мы пользуемся неосознанно, о существовании других даже не подозреваем.

Есть такое понятие - "приятный собеседник". Кто он такой? Конечно, ему свойственны многие качества: он - и внимательный слушатель, и хороший оратор, не поучает своих собеседников, не утомляет их нудными разговорами и т.д. Другими словами, приятный собеседник соблюдает правила психологии общения.

Приятный собеседник всегда сохраняет человеческое лицо. "О характере человека можно судить по тому, как он ведет себя с теми, кто ничем не может быть ему полезен, а также с теми, кто не может дать ему сдачи" (афоризм). Поэтому, если человек общается по-людски со всеми своими собеседниками, а не только с начальниками или клиентами, от которых зависят его доходы, то это значит, что он имеет необходимые задатки приятного собеседника.

Всегда имейте четкое представление о том, в какой роли вы находитесь: инициатора общения или слушателя, которого достают ненужными разговорами. Если вы инициатор общения, то имейте в виду, что, таким образом, вполне возможно, нарушаете безмятежность или планы того, кого вы пытаетесь сделать своим собеседником, и он может быть элементарно вам не рад. Будьте чуткими к своему собеседнику: прежде, чем разворачивать перед ним монологи, убедитесь, что вы его не отвлекаете, и он желает вас слушать. Иногда хочется излить душу в чьи-то уши, но если в результате такого внезапного вторжения в жизненное пространство вашего собеседника, он куда-то вас пошлет, постарайтесь не обижаться на такую его откровенность, ведь, в этом случае объективно виноваты вы, ибо первыми начали атаковать его мозги.

Поменьше говорите о себе. Приятный собеседник (и хороший оратор), как чистый воздух, почти незаметен: он больше говорит по делу, а не о себе. Разговоры о себе обычно имеют цель, в которой люди не всегда признаются даже себе - произвести впечатление на окружающих, хотя зачастую наоборот тем самым пробуждают раздражение, зависть или усмешку. О себе стоит говорить, если ваш собеседник сам об этом попросил, либо если вы чувствуете, что ему это интересно, когда это идет на пользу делу, либо при общении с малознакомым собеседником, когда возникает дефицит общения или гнетущее молчание.

Никогда не стоит хвалиться. "Хвалиться - значит, без всякой учтивости говорить другим: я лучше вас" (Пьер Буаст). Хвалиться - значит, принижать собеседника.

С собеседником старайтесь больше говорить не о своих, а о его интересах. Когда она ему про косметику, а он ей о карбюраторах, то лишний раз общаться друг с другом таким собеседникам не хочется. Подобные диалоги глухих обычно приводят к взаимной неудовлетворенности сторон.

Не давайте непрошенных советов. "Советы - как касторка: давать нетрудно, принимать неприятно" (Генри Уиллер Шоу). Непрошенный совет воспринимается как упрек, а если он дан при посторонних свидетелях - как упрек в квадрате. Среднестатистический гражданин может принять непрошенный совет только от того, кого он считает выше себя (умней, мудрей, главней или хотя бы старше), но не стерпит от того, кого он принимает за равню и, тем более, от того, кого ставит ниже себя, а также от постороннего прохожего.

Говорить надо не так, как нам удобно говорить, а так, как слушателям удобно воспринимать. Если ваша речь содержательна, ясна и доходчива; если у вас поставленный голос, четкая дикция, выразительная интонация и эмоциональная окраска, органичные

жесты; если вы проявляете и контролируете признаки уверенности - то это значит, что ваша речь более влиятельна, чем та, в которой эти элементы хромают.

При беседах один на один лучше подстраиваться под собеседника, тогда влияние на него будет весомее. Следует иметь в виду, что если вы максимально похожи на вашего собеседника - и внешне, и помыслами, и манерой говорить, - то он склонен отождествлять вас с собой и, как говорится, начинает верить вам, как самому себе. Если же вы значительно отличаетесь от своего собеседника, то он, скорее всего, увидит в вас не сторонника, а оппонента, которому обычно меньше доверяют и с которым сотрудничать не очень хочется. Поэтому, при общении, сделайте свою речь (манеру и содержание) похожей на речь собеседника - если он говорит быстро, громко и эмоционально, то и вы постарайтесь говорить так же; он говорит спокойно - и вы говорите спокойно; он склонен к юмору - и вы пошутите; он любит пофилософствовать - и вы попробуйте.

Слово "нет" - пощечина собеседнику - гласит еще одно правило практической психологии общения. Мы дорожим своими мыслями, особенно, когда выражаем их вслух. Мы произносим их в надежде, что их оценят по достоинству. Когда мы слышим в ответ: "Нет, на самом деле...", то есть, вместо одобрения получаем возражение, это вызывает нашу негативную реакцию, в результате чего наш собеседник превращается в оппонента (с которым, напомним, обычно не желают сотрудничать). Слово "нет" полезно говорить в тех случаях, когда мы хотим решительно пресечь ненужные нам приставания навязчивых людей. Однако в тех случаях, когда мы сами хотим чего-то добиться от собеседника и не хотим вызвать антипатичных проявлений с его стороны, про "нет" стоит забыть.

Правильно употребляйте местоимения в речи:

1. *Старайтесь в своей речи не злоупотреблять местоимением "я".* Я считаю, что щеголять своим "я" - значит, выставлять напоказ свою нескромность. Я прекрасно понимаю, что это в определенной степени бестактно, и Я думаю, что вы согласитесь со мной. Я думаю также, что люди, которые постоянно якают - ставят себя в центр внимания, а это, насколько Я понимаю, собеседнику может не очень понравиться, ибо отодвигает его на задний план, а он тоже хочет быть на переднем. Я вам больше скажу: это может его раздражать. Я знаю, что частое "я" многим людям режет слух, поэтому Я рекомендую вам нечасто употреблять это нескромное местоимение.

2. *Не используйте в общении конструкцию "ты (вы) - негатив".* Если заявить собеседнику (или аудитории): "ты не прав" или "вы меня плохо слушали", то таким образом мы рискуем потерять в нем внимательного слушателя, т.к. воспламеняем в его душе обиду и злость. Приятный собеседник понимает, что данная речевая конструкция рефлекторно вызывает ответную негативную предвзятость к его дальнейшим словам и является явным предвестником провала его речевых попыток влияния. Поэтому, если мы хотим достигать своих речевых целей, "никогда не следует говорить: "вы меня не поняли". Лучше сказать: "я плохо выразил свою мысль" (Робер). Не бойтесь брать ответственность на себя, это не зазорно. Если же вы используете в речи обращение к слушателям ("ты", "вы") и если при этом не хотите задеть их самолюбие, то задействуйте эти местоимения позитивно в виде комплиментов ("какой ты башковитый!") или нейтрально ("вы слышали новость?").

3. *Если вы не хотите задеть самолюбие слушателя, выразите претензию через "я".* Вместо "ты меня подвел", лучше сказать: "я потерял время и огорчен, что так получилось". Человек может легко оспорить ваше негативное суждение о нем, потому что

считает, что не вам его судить, т.к. у него гораздо больше прав на оценку собственного поведения и о себе-то он знает куда лучше вас: он вас не подвел, а просто у него были уважительные причины. Но он не сможет поставить под сомнение ваше отношение к ситуации.

4. Для сближения с собеседником или аудиторией вместо "я - вы" полезней использовать "мы". Если, скажем, при публичном выступлении оратор заявил: "вы этого пока еще не знаете, и я расскажу вам об этом потом", то это значит, что он противопоставил себя аудитории. А противопоставление скорее вызовет у слушателей желание оппонировать, а не сотрудничать. Ту же самую мысль лучше выразить через "мы": "об этом мы поговорим потом". Местоимение "мы" объединяет оратора с аудиторией в одно целое, а "вы" ("ты") по умолчанию предполагает противопоставление себе (вы там, а я тут). Поэтому вместо: "как бы вы ответили на этот вопрос?", лучше спросить: "как бы мы ответили на этот вопрос?" (или "как мы можем на него ответить?"). Не "каждый из вас допускает ошибки", а "все мы ошибаемся".

3. Основные типы коммуникабельности людей.

В процессе коммуникации люди проявляют по-разному. В психологии общения выделяются основные типы коммуникабельности людей, которые различаются в зависимости от преобладания таких речевых характеристик:

- ❖ доминантность;
- ❖ мобильность;
- ❖ ригидность;
- ❖ интровертность.

Доминантный собеседник пытается завладеть инициативой в речевой коммуникации, не любит, чтобы его перебивали. Он довольно часто бывает резким, насмешливым, говорит немного громче, чем другие. Чтобы достичь цели общения, особенно в деловой сфере, не рекомендуется перехватывать у доминантного партнера инициативу, перебивать, использовать выражения речевого давления («Хватит!» "Замолчи!" И др.). Следует применить стратегию «речевого изматывания». Дождавшись паузы, быстро и четко сформулировать свои интересы. Вступление в беседу через паузу не выглядит внешне как перехвата инициативы, хотя по сути и является. С каждой паузой ваша позиция становится все более четкой, доминантный собеседник вынужден уже с ней считаться и как-то оценивать. Вы добились главного - вас внимательно слушают.

Мобильный собеседник не испытывает никаких трудностей в речевой коммуникации. Он легко входит в разговор, говорит, охотно, иногда интересно, часто перескакивает с темы на тему, не теряется в незнакомой компании. Это один из лучших типов для бытового общения. Однако в деловой сфере постоянное желание мобильного собеседника менять тему снижает эффективность речевой коммуникации. Поэтому следует через резюме, вопросы, выводы возвращать его к теме. Иначе можно с удовольствием проговорить весь день и разойтись без выяснения даже основных моментов темы.

Ригидный собеседник испытывает трудности обычно при вступлении в речевую коммуникацию. Когда этап вступления позади, ригидный собеседник четко и логично

формулирует свою позицию. Этот тип наиболее подходит для плодотворного делового общения. Чтобы речевая коммуникация с ригидным партнером была продуктивной, его следует «разогреть». В данном случае рекомендуется сразу переходить к предмету речевой коммуникации, лучше расширить вводную часть, поговорить на отвлеченную тему, создать ситуацию этикетного общения.

Если с мобильным партнером вы начнете речевой контакт с разговора на отвлеченную тему, то очень быстро горько пожалеете об этом. Но если с ригидным партнером вы перейдете к теме без вступления, то сначала на ваши вопросы будете получать ответы «возможно», «надо подумать» и др.

Интровертированный собеседник не пытается завладеть инициативой и готов отдать ее без особых возражений. Он довольно часто застенчивый, скромный, склонный унижать свои возможности, не любит разговоров на интимные темы. Резкие, грубые фразы могут выбить его из колеи, а присутствие во время беседы посторонних (особенно незнакомых) лиц заметно сковывает его. Для того чтобы речевой контакт с интровертным партнером проходил нормально, необходимо постоянно вербально (через похвалы этикета) и невербально (взглядом, кивком головы) показывать, что вы уважаете его как интересного собеседника, цените его высказывания. Не следует перебивать интроверта, опровергать его доводы без мотивации - речевой контакт может внезапно и надолго прерваться.

Каждый тип общения чем-то интересен, но незнание особенностей любого из них может привести к негативным последствиям. Конечно, далеко не всегда мы имеем дело с абсолютным проявлением у человека того или иного типа речевой коммуникации, но всегда один из названных типов будет определяющим.

4. Теория транзактного анализа Э. Берна. Эго-состояния собеседника и их использование в общении.

Согласно теории Э.Берна, каждая личность имеет три состояния Я, которые являются отдельными и особыми источниками поведения: состояние Я Родителя, состояние Я Взрослого и состояние Я Ребенка. И это не абстрактные понятия, а реальность.

Состояние Я Родителя содержит установки и поведение, перенятые извне, в первую очередь от родителей. Внешне они часто выражаются в предубеждениях, критическом и заботливом

Состояние Я Ребенок содержит в себе аффективные комплексы, связанные с ранними впечатлениями и переживаниями. Различают Ребенка “естественного” (“свободного”), “маленького профессора” и “адаптированного”. Естественному Ребенку свойственна склонность к веселью, живому движению, фантазии, импульсивности и раскованности. Маленький профессор - это естественная мудрость ребенка. Именно эта часть состояния Я Ребенка является интуитивной, отвечающей на невербальные сообщения и предчувствующей. Адаптированный Ребенок представлен такими разновидностями, как “бунтующий” (против Родителя), “соглашающийся” и “отчуждающийся”.

Состояние Я Взрослого включает в себя вероятностную оценку ситуации, рациональность, компетентность, независимость. Оно функционирует “здесь-и-теперь” и независимо от прошлого, хотя и использует информацию, заложенную в Родителе и Ребенке.

Когда Вы действуете, чувствуете, думаете подобно тому, как это делали ваши родители, Вы находитесь в состоянии Я Родителя. Когда Вы имеете дело с текущей реальностью, накоплением фактов, их объективной оценкой, Вы находитесь в состоянии Я Взрослого. Когда Вы чувствуете и ведете себя подобно тому, как вы это делали это в детстве, Вы находитесь в состоянии Я Ребенка.

Каждая личность имеет мысленные образы родителей, которые образуют ее Родителя. Временами человек ведет себя, говорит, жестикулирует и думает так, как это делали его родители. Иногда человек находится под влиянием их внутренних сообщений.

Родительские трансакции по своей природе бывают заботливыми или содержащими предубеждение. Они применяются со взрослыми так же часто, как и с детьми. Например, заботливая сторона Родителя уместна, если он откликается на временную потребность коллеги по работе в заботе и сочувствии, когда тот слишком взволнован или заболел. Родитель используется неадекватным образом, когда он принудительно воспитывает, критикует или выказывает пренебрежение другому человеку, который не хочет, не желает это слышать или не нуждается в этом.

Родитель - это передатчик культурных и семейных сценариев. Он является ценным и необходимым для человеческого рода, так как облегчает исполнение родительских задач, освобождая Взрослого для решения более сложных проблем существования.

Когда состояние Родителя является неполным или в значительной степени неадекватным, то родительским качествам может быть обучен Взрослый. Методы развития новых состояний Я Родителя находятся в стадии развития. Вы имеете неповторимое состояние Я Родителя, являющегося, вероятно, смесью полезного и вредного поведения. Осознание Вашего Родителя дает Вам более разнообразный выбор способов поведения.

В мозгу и нервной системе каждого из нас содержатся записи того, как мы ощущали свои побуждения, будучи ребенком, как мы воспринимали этот мир, что мы чувствовали по отношению к этому миру и как мы приспособивались к нему. Состояние Я Родителя объединяет личностей, которые являются эмоционально значимыми авторитетами; состояние Я Ребенка представляет внутренний мир чувств, переживаний и адаптаций.

Личность, которая реагирует так, как это делает ребенок, - с любопытством, нежностью, эгоистично, подло, игриво, находчиво - откликается из своего состояния Я Ребенка.

В каждом из нас находится маленький мальчик или девочка. Когда Вы ведете себя или чувствуете подобно тому, как это было с вами в детстве, Вы находитесь в состоянии Я Ребенка.

Естественный Ребенок чувствует себя свободным и делает то, что он хочет. Когда Вы бываете выразительны, нежны, веселы, эгоистичны или отстаиваете свои права, Вы, скорее всего, выражаете Вашего Естественного Ребенка.

Маленький Профессор - это находчивый маленький ребенок в каждой личности. Когда Вы чувствуете себя интуитивным, переживаете моменты творчества, создаете что-нибудь для удовольствия или манипулирования кем-нибудь, чтобы получить, что Вы хотите, то в этом участвует Ваш Маленький Профессор.

Приспособившийся Ребенок - это воспитанный ребенок, который ведет себя так, как этого хотели бы Ваши отец и мать, например очень зависимо от них или самостоятельно не по годам, но иногда чувствует себя не о'кей. Когда Вы бываете

вежливыми, послушными, избегаете конфронтаций, отдаляетесь, медлите или чувствуете себя не о'кей, Вы, вероятно, проявляете Вашего Приспособившегося Ребенка.

Ребенок становится активным, если кто-то ведет себя как родитель. Он также может активизироваться в время зависимости, например, когда человек болен или когда веселится, как, например, в гостях.

Ребенок - это основа представления личности о себе. Ваши ощущения, вероятно, происходят из Вашего состояния Я Ребенка.

Каждый человек имеет состояние Я Взрослого и, если только у него нет серьезных повреждений мозга, может использовать способности Взрослого по обработке данных. Часто обсуждаемая проблема “зрелость против незрелости” не существует в структурном анализе. То, что называют “незрелостью”, - это привычка проявлять детское поведение неадекватным образом.

Состояние Я Взрослого может использоваться для того, чтобы размышлять, вычислять вероятности, собирать, перерабатывать информацию и сохранять ее для использования в будущем. Оно дает возможность быть более независимым и разборчивым в своих реакциях.

Жизненный опыт - это процесс проверки того, что является реальностью. Он включает в себя умение отделить факты от фантазий, традиций, мнений и архаических чувств, замечать и оценивать текущие события, сопоставлять их с прошлым знанием и опытом. Жизненный опыт позволяет находить альтернативные решения.

Человек, который имеет альтернативные решения, может затем оценить возможные последствия различных видов своего поведения. Эти функции Взрослого служат для уменьшения возможности неудач и огорчений и направлены на увеличение творческих удач.

Человек, не удовлетворенный работой, но рассчитывающий “торчать здесь, что бы ни случилось”, может реально оценить свою позицию и решить, является ли она подходящей. Человек, решивший, что “торчать на этой работе, что бы ни произошло”, не имеет смысла, может начать искать альтернативы в зависимости от своих способностей, интересов, возможностей и т.д. Чтобы получить необходимые данные, он может посетить психолога-консультанта, пройти тестирование на профессиональную пригодность, следить за объявлениями в газете по найму, изучать рекламу и т.п.

Человек, тщательно изучив себя, может понять, что же он хочет получить от работы - уверенность в себе, удобный график, материальную выгоду, командировки в другие города, возможность творческой самореализации, общение с людьми или еще что-нибудь. Он может решить, удовлетворение каких потребностей является для него значимым и каким образом, если необходимо, найти компромисс между этими потребностями. Затем человек может выбрать приемлемые альтернативы, оценить возможные последствия и принять линию поведения, которая обеспечит наиболее полное удовлетворение его потребностей.

Критерием состояния Я Взрослого является не исправление решений, а процесс проверки реальности и оценивания вероятностей, на базе которых и принимаются решения. Короче говоря, Ваш Взрослый хочет сказать: “Ты должен делать только самостоятельные объективные оценки ситуации и без предубеждений обдумывать все проблемы, которые обнаружил, или решения, к которым должен прийти”.

Качество решений будет зависеть от того, насколько хорошо информирован Взрослый и насколько хорошо Взрослый умеет отбирать и использовать информацию от

Родителя и Ребенка. Тем не менее решения, даже принятые с учетом фактов, не обязательно будут “правильными”, так как мы, как и все смертные, порой вынуждены принимать решения на основе неполных данных и можем приходиться к неверным заключениям.

Состояние Я Взрослого имеет дело с объективной реальностью. Взрослый не зависит от возраста, но на него влияют образование и жизненный опыт личности. Когда активизируется состояние Взрослого, человек может собирать и перерабатывать информацию, предсказывать возможные последствия различных действий и принимать сознательные решения. Но даже когда решение принято Взрослым, оно не обязательно будет точным, если ему не хватает информации. Однако использование Взрослого может помочь сократить число поступков, в которых он раскаивается, и увеличить возможность успеха.

Когда существует внутренний конфликт или саморазрушительное взаимодействие между внутренним Ребенком и Родителем, Взрослый может вмешаться в него: он может судить, выносить решение, искать компромиссы, принимать новые решения для выражения внутреннего Ребенка. Он также может принимать или отвергать предположения Родителя на основе реальности и оценивания вероятности. Чтобы достичь такой интеграции личности, Взрослый должен добиться знания о состоянии Я Ребёнка и Родителя. Этот процесс является частью процесса самопознания.

Различные проблемы границ Я могут оказывать воздействие на спонтанное использование личностью своих возможностей. Если границы Я слишком слабые, психическая энергия личности беспорядочно скользит из одного состояния Я другое, заставляя личность вести себя непредсказуемым образом. Если границы Я слишком жесткие, то психическая энергия “запирается” в одном состоянии, исключая другие. Эта проблема ясно видна, когда личность постоянно использует только одно состояние Я и предпочитает действовать почти исключительно в состоянии Я Родителя, Взрослого или Ребенка. Когда личность получает травму или накапливает отрицательные переживания, границам Я наносится повреждение. В результате этого выплескиваются чрезмерные эмоции, которые возникают как реакция на безобидные воздействия. Ясное восприятие Взрослым текущей действительности может также “засориться” Родительскими предрассудками и Детскими заблуждениями.

Когда личность впервые достигает Взрослого осознания, то ее часто охватывает отчаяние. Личность может реагировать на это неприятное чувство по-разному: отдаляясь от других людей, бросая работу, избавляясь от других людей, ничего не делая или достигая исполнительного контроля состояния Я Взрослого над собой и совершая поворот к ответственности за течение жизни.

То, что Взрослый является контролером, не означает, что личность всегда находится в состоянии Я Взрослого. Это означает, что Взрослый допускает адекватное появление всех состояний Я, так как каждое вносит свой вклад в целостность личности. Взрослый “обращен внутрь” и знает, когда потребности могут быть удовлетворены с большим удовольствием и когда их необходимо сдерживать или изменять, чтобы они были уместны в настоящий момент.

Для того, чтобы Взрослый достиг исполнительного контроля, его нужно активизировать и использовать. Каждый имеет эту возможность, хотя некоторым может казаться, что это не так.

Когда Ваше состояние Взрослого включается и направляется во внутрь, оно может помочь Вам установить курс Вашей жизни намного более разумно. Старая польская поговорка советует: “Если нет ветра, гребите”.

Наиболее успешным и эффективным является общение двух собеседников с позиции Взрослых, могут друг друга понять и два Ребенка.

Общение Родителя и Взрослого динамично: либо Взрослый своим спокойным, независимым, ответственным поведением собьет спесь с Родителя и переведет его в равноправную Взрослую позицию, либо Родитель сумеет подавить собеседника и перевести его в позицию подчиняющегося или бунтующего Ребенка.

Общение Взрослого и Ребенка столь же динамично: либо Взрослый сумеет побудить ребенка серьезно и ответственно отнестись к обсуждаемой проблеме и перейти в позицию Взрослого, либо беспомощность Ребенка спровоцирует переход Взрослого к позиции опекающего Родителя. Общение Родителя и Ребенка взаимодополняемо, поэтому часто реализуется в общении, хотя может носить как спокойный характер ("послушный Ребенок"), так и конфликтный ("бунтующий Ребенок"). Встречаются замаскированные виды общения, где внешний (социальный) уровень общения не совпадает, маскирует истинный психологический уровень общения. Например, общение продавца и покупателя может внешне носить равноправный характер двух Взрослых, а фактически диалог продавца ("Вещь хорошая, но дорогая") и покупателя ("Именно это я и возьму") был на уровне Родитель (продавец) и Ребенок (покупатель).

5. Каналы восприятия и распознавания психологических особенностей собеседника. Основные механизмы восприятия и типичные искажения представлений о собеседнике.

Процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и составляет то, что называют перцепцией. Поскольку человек вступает в общение всегда как личность, постольку он воспринимается и другим человеком – партнером по общению также, как личность. Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль в процессе общения. Во-первых, потому, что познавая другого, формируется сам познающий индивид. Во-вторых, потому, что от меры точности "прочтения" другого человека зависит успех организации с ним согласованных действий.

Одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление (идентификация) себя ему. Это, разумеется, не единственный способ, но в реальных ситуациях взаимодействия люди пользуются таким примером, когда предположение о внутреннем состоянии партнера строится на основе попытки поставить себя на его место. Установлена тесная связь между идентификацией и другим, близким по содержанию явлением – эмпатией. Эмпатия также определяется как особый способ восприятия другого человека. Только здесь имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, как это имеет место при взаимопонимании, а стремление эмоционально откликнуться на его проблемы.

Процесс понимания друг друга "осложняется" явлением рефлексии. Под рефлексией здесь понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание или понимание

другого, но знание того, как другой понимает меня, своеобразно удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается мой внутренний мир.

Способности человеческого восприятия ограничены, и нам приходится выбирать наиболее важное, а всё остальное отсеивать. Мы не можем видеть и слышать абсолютно все, что нас окружает, мы выбираем наиболее важное для нас в этом мире. А важную информацию из мира человек получает через определенные каналы восприятия. Каждый канал имеет свои тонкости и особенности. Например, самый скоростной – визуальный. А кинестетический самый медленный. Мы используем свои органы чувств внешним способом, чтобы воспринимать мир. Внутри себя человек информацию воспроизводит, т. е. «перепредставляет» переживания самому себе при помощи 4 репрезентативных систем: визуальной (образы), аудиальной (звуки), кинестетической (ощущения) и компьютерной (рассудочный). Это те пути, по которым мы получаем, храним и кодируем информацию в своем мозге, – картинки, звуки, ощущения, запахи и вкусы и т. д.

Репрезентативная система – это та система, при помощи которой человек обращается к собственному внутреннему опыту. Репрезентативная система – это своя «любимая дверь восприятия», которой человек доверяет больше всего, чем другим. Как узнать какую репрезентативную систему предпочитает человек? Для этого надо внимательно понаблюдать за ним. Многие скажут слова которые он использует, его движения, тембр и темп голоса, любимые позы и дыхание. Эту информацию нельзя подделать, она поступает прямо из подсознания, важно научиться ее распознавать и использовать в общении с собеседником.

Распознать собеседника с ведущей репрезентативной системой можно по следующим признакам.

Тип человека	Визуалист	Аудиалист	Кинестетик	Компьютерный тип
Движения	Напряженные	Средней напряженности	Раскрепощенные	Жесткие, скованные, резкие
Речь	Быстрая, громкая, высокий тон	Выразительная речь, мелодичный голос	Медленная негромкая речь, низкий грудной голос	Монотонная речь
Слова, употребляемые в речи	«красочный», «наблюдаю», «что вы хотите сказать...?»	«Я слушаю вас», «какой тон», «режет слух», «резкий», «громкий».	«Я чувствую проблему», «ощущаю», «обожаю», «болезненный», «тяжелый».	«проанализировать», «(не) логично», «я понимаю», «надо разобрать».
Правила слушания	«Я должен видеть, чтобы слышать»	«не смотреть, чтобы слышать»	«надо поближе приблизиться»	«никакого контакта в глаза»
Дыхание	Неглубокое, верхней частью легких	Ровное, дышит всей грудью	Глубокое, участвует низ живота	Неглубокое
Взгляд	Поверх других людей	Часто смотрит в одну сторону, взгляд направлен вниз	Вниз, в ноги	Смотрит через головы других людей
Позы	Спина прямая, голова поднята вверх.	Голова наклонена набок, «выставляет ухо»	Спина чуть согнута, голова опущена	Прямая поза, руки чаще скрещены

Зная данные особенности нашего собеседника, мы можем наиболее эффективно строить процесс общения с ним, а именно используя его же репрезентативную систему. В свое сообщение мы вкрапляем слова, которые ему близки и понятны, стараемся присоединиться к его дыханию, используем знакомые ему «правила слушания», используем язык его телодвижений. Однозначно сказать, что этого знания будет достаточно для эффективного общения конечно нельзя. Надо помнить о том, существуют и другие факторы, которые работают в совокупности и влияют на эффективность (т.е.

причины плохой коммуникации, правила аргументации и другие невербальные средства и т.д.).

Есть некоторые факторы, которые мешают правильно воспринимать и оценивать людей. Основные из них таковы:

- Наличие заранее заданных установок, оценок убеждений, которые имеются у наблюдателя задолго до того, как реально начался процесс восприятия и оценивания другого человека.
- Наличие уже сформированных стереотипов, в соответствии с которыми наблюдаемые люди заранее относятся к определенной категории и формируется установка, направляющая внимание на поиск связанных с ней черт.
- Стремление сделать преждевременные заключения о личности оцениваемого человека до того, как о нем получена исчерпывающая и достоверная информация. Некоторые люди, например, имеют "готовое" суждение о человеке сразу же после того, как в первый раз повстречали или увидели его.
- Отсутствие желания и привычки прислушиваться к мнению других людей, стремление полагаться на собственное впечатление о человеке, отстаивать его.
- Отсутствие изменений в восприятии и оценках людей, происходящих со временем по естественным причинам. Имеется в виду тот случай, когда однажды высказанные суждения и мнение о человеке не меняются, несмотря на то, что накапливается новая информация о нем.

Лекция 8. РЕЧЕВОЕ ПОРТРЕТИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ.

- 1. Понятие языковой личности и речевого портрета.**
- 2. Цели речевого портретирования личности.**
- 3. Параметры речевого портретирования личности.**
- 4. Социально-речевой портрет личности. Составные элементы речевого имиджа личности.**
- 5. Методики речевого портретирования.**

Однажды к Сократу привели мужчину и попросили высказать о нем свое мнение. Мужчина молчал, Сократ долго смотрел на него, потом попросил: «Да заговори же ты, наконец, чтобы я мог тебя узнать».

- 1. Понятие языковой личности и речевого портрета.**

Речь человека – его визитная карточка. Личность как субъект деятельности, общения, отношения и переживания всегда выступает как языковая личность, поскольку любая сознательная активность человека опосредуется во внешнем и / или внутреннем плане языком (естественным и / или ментальным). *Языковая/речевая личность* - совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью. В самом содержании термина «языковая личность» содержится идея получения - на основе анализа «языка» - выводного знания о «личности» как индивидууме со своим характером, интересами, социальными и психологическими предпочтениями и установками, как типовом представителе данной языковой общности.

Процесс описания особенностей речевого поведения человека есть речевое портретирование личности. На выходе получаем речевой портрет, который может быть индивидуальным и коллективным. В центре внимания индивидуального речевого портрета находится индивидуальный стиль, отражающий особенности конкретной языковой личности. Кроме того, индивидуальный речевой портрет дает возможность судить о речевых характеристиках той или иной социальной группы. Коллективный речевой портрет позволяет обобщить явления, присущие определенному кругу людей, объединенных в национальном, возрастном, социальном, профессиональном плане.

Речевой портрет - совокупность языковых и речевых характеристик личности или определённого социума в отдельно взятый период существования.

Речевой портрет – это воплощенная в речи языковая личность, объединенная с другими личностями в одну социальную общность (национальную, демографическую, профессиональную и т.п.). Кроме того, существует понятие национального речевого портрета, подразумевающего определение особенностей, присущих национальной языковой личности.

С помощью речевого портрета фиксируется речевое поведение, которое «автоматизируется в случае типичной повторяющейся ситуации общения». В идеале речевое портретирование предполагает подробное описание речи и речевого поведения языковой личности на значительном временном промежутке. Однако это представляет определенную трудность, поэтому исследовательские поиски при изучении языковой личности направлены на такие моменты речевого поведения, которые несут в себе сущностные черты.

2. Цели речевого портретирования личности.

Речь человека неразрывно связана с его физическим и душевным обликом. По особенностям речи мы можем многое узнать о человеке: о его типе сознания, характере мышления, способности к выражению эмоциональной реакции, культурном уровне и уровне образования, эрудиции, интеллекте и многом другом. Речь человека выражает его индивидуальный опыт, психологическое состояние. В речи человека отражается его

социальный статус, профессия, по речи часто можно определить территорию, где проживает данный человек.

Формирование целостного образа личности – главная цель речевого портретирования. - как правило, ситуативно обусловлено. Некоторые из ситуаций, когда прибегают к речевому портретированию:

- ситуация описания человека с целью его представления кому-либо;
- ситуация описания человека с целью его идентификации;
- ситуация описания человека с целью его положительной или отрицательной оценки

Речевое портретирование активно используется в самых различных сферах деятельности человека.

3. Параметры речевого портретирования личности.

- Общий уровень образования и культуры. (Стилистика, синтаксис). Наличие диалектизмов, примитивизмов, фразеологизмов, идиом т. п.
- Уровень владения тем языком, на котором рассматривается письменный или устный фрагмент речи. (Грамматика, орфография, фонетика, лексика, фразеология).
- Уровень профессионализма, уникальные профессиональные качества, если есть. (Проф. жаргонизмы, проф. сленг).
- Социальный статус (лексический ряд, стилистика).
- Пол, возраст. Семейный статус. Характерные обороты, выбор наиболее типичных языковых средств.
- Местоположение индивидуума (диалектизмы), место происхождения (его родина).

4. Социально-речевой портрет личности. Составные элементы речевого имиджа личности.

Соотношение или взаимодействие между языковым пространством и пространством социальным далеко не однозначно и не изометрично. Безусловно, язык погружен в определенное социальное пространство, где он и выполняет целый комплекс своих коммуникативных функций (от информативной до манипулятивной). Разумеется, общество (социум и этнос) без языка, “устраивающего” и выстраивающего систему отношений между членами социума (или этноса), в принципе не может существовать.

Речевой имидж – это внутренний и внешний образ, формируемый человеком с помощью используемых языковых средств для создания определенного впечатления о

себе. Важную роль в формировании речевого имиджа личности играет её словарный запас. Известно, чем богаче тезаурус человека, шире база его речевой деятельности, тем точнее выражает он свои мысли, тем адекватнее восприятие им смысла получаемого сообщения, эффективнее речевое воздействие.

Важной составляющей речевого имиджа является автоимидж. Автоимидж как одна из составляющих понятия «имидж», с одной стороны, и как разновидность имиджа, с другой, представляет собой образ, сложившийся в сознании индивида, отражающий представления личности о своем собственном «я». Автоимидж определяется как «национально и гендерно маркированный образ «Я», сложившийся в сознании индивида как собственно личности, так и представителя института». Многогранность и автономность автоимиджа, что выражается в его уникальной структуре: «собственно Я», «Я со стороны» и «Я идеальное») и вербальных средствах его выражения. Каждая составляющая представлена своим набором языковых (лексических, грамматических, синтаксических) и речевых (стратегий, ходов, тактик) средств реализации.

5. Методики речевого портретирования.

При изучении языковой личности прошлого сбор языковых фактов не вызывает особых проблем; он заключается в сплошной или ограниченной какими-либо условиями выборке исследуемых единиц анализа. Вместе с тем в этом случае недоступной для непосредственного наблюдения является и сфера устной речи индивида, и его «внеязыковая составляющая»; возможно лишь извлечение некоторых данных из мемуарных источников, исторических документов и частных документов самого индивида.

Объем и характер сведений о современной языковой личности определяется степенью близости исследователя к избранному объекту. При непосредственном общении возможно как прямое наблюдение над личностными характеристиками информанта, его образом жизни, поступками, кругом общения и т.д., так и сбор материала всех видов речи; в остальных случаях вероятно только привлечение данных из косвенных источников, прежде всего СМИ. Таким образом, наименее трудоемкой является процедура сбора информации о языковой личности с опорой на ее письменный дискурс или его имитацию, однако полученные в этом случае данные недостаточны для всесторонней характеристики исследуемого объекта и требуют разработки методов реконструкции его внеязыкового компонента.

Наиболее разносторонние и полные сведения о различных сторонах феномена языковой личности дает непосредственное наблюдение, но при этом весьма сложной задачей является фиксация речи информанта в естественных условиях общения. Одна из них, получившая название непрерывное наблюдение, была применена впервые в середине XX в. японскими лингвистами в рамках разрабатываемой ими теории языкового существования. Объектами проведенного в Японии обследования стали представители наиболее широких слоев населения страны. Сбор материала был основан на последовательной регистрации речи конкретных говорящих в течение суток. Регистрировались непрерывно все действия, кроме сна. Фиксация речи велась вдвоем, в

комплексе ручных, магнитофонных и стенографических записей; исследователи с испытуемыми не разговаривали. Целью обследования было изучение того, сколько времени тратится в день на чтение, писание, говорение, слушание, что читали, писали, говорили, слушали, сколько тем было затронуто в разговоре, из скольких речевых единиц состояло говорение, «количество речи» в единицу времени, наиболее частые слова, размер речевых единиц и др. В результате уже первых опытов обследования лингвисты получили интересные данные о соотношении различных видов речевой деятельности и жанров речи, количестве употребляемых слов, их частотных характеристиках и др. В качестве недостатков использованной методики были отмечены закрытость отдельных тем и ситуаций общения (семейные ссоры, разговоры о деньгах и т.п.) для стороннего наблюдателя.

В отечественной практике записи речи конкретных языковых личностей используется другой вариант получения данных, имеющий ряд вариантных названий: «долговременное панельное наблюдение», «соучастие», «лонгитюдное наблюдение», «включение в языковое существование говорящего», «сосуществование», «включенное наблюдение».

. В терминах «долговременное / лонгитюдное» наблюдение» акцентируется длительность и систематичность наблюдения над объектом, в остальных – особые взаимоотношения исследователя и объекта исследования.

Востребованным является ассоциативный эксперимент. Еще в 60-е гг. XX в. психологи применили этот метод для выделения ядра лексикона одного взрослого носителя русского языка. Эксперимент проводился в течение полугода через день; каждый раз испытуемому предъявлялось 50 слов из словаря, он должен был ответить первой ассоциацией. Было обследовано 20 000 слов и связей между ними. Оказалось, что максимальное число связей имеют слова, представляющие особое значение для испытуемого как для личности.

Другая разновидность экспериментального метода предполагает создание испытуемыми текстов или выполнение заданий, дающих информацию об индивидуальных особенностях их речи. Участники экспериментов создавали письменные и устные тексты разных стилей и жанров (сочинения, изложения, литературные произведения, пересказ текста, подготовленный монолог, перевод текста с древнерусского на современный русский язык), послужившие материалом для дальнейшего анализа. Разнообразные задания по преобразованию исходного текста. При исследовании реальных языковых личностей распространенным является активно используемый в лингвистике описательный метод (метод научного описания), заключающийся «в планомерной инвентаризации единиц языка и объяснении особенностей их строения и функционирования».

Для выявления черт индивидуального стиля (в частности, с целью определения авторства текстов) применяются также методы математической лингвистики (метод анализа формальных характеристик текста). В этом случае анализируется средняя длина предложения в словоупотреблениях; отношение слов каждой части речи к общему числу словоупотреблений; среднеквадратичное отклонение длины предложений, соотношение

длины текста в незнаменательных словоупотреблениях и его общей длины, именных и глагольных сказуемых, длины текста и количества предложений, длины текста и объема словаря, доли сложных предложений, числа повторений знаменательных и незнаменательных слов и др.

Ограниченность данного метода в том, что его применение возможно только для текстов объемом в несколько тысяч единиц.

Лекция 11. СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

План:

- 1. Барьеры в общении. Факторы, снижающие качество восприятия речи.**
- 2. Понятие речевой стратегии и тактики.**
- 3. Речевое манипулирование.**

1. Барьеры в общении. Факторы, снижающие качество восприятия речи

В условиях человеческой коммуникации на пути получения информации появляются различные барьеры. Называются разные причины их возникновения: особенности интеллекта тех, кто общается; неодинаковое знание предмета разговора; различный лексикон и тезаурус (совокупность понятий из определенной области знаний); отсутствие единого понимания ситуации общения; психологические особенности партнеров (например чрезвычайная откровенность или чрезвычайная интеллигентность одного из них, интуитивное восприятие мира или напористость другого); социальные, политические, профессиональные, религиозные различия и т.д.

Коммуникативные барьеры возникают на межличностном уровне: в сообщении отправителя, в обмене мнениями между отправителем и получателем, в выборе носителя (электронная почта, компьютер, официальная речь т.п.). Они зависят от индивидуальных особенностей участников коммуникации, от умения собеседников перекодировать мысли в слова, слушать и концентрировать внимание. В связи с этим выделяют такие барьеры, как: граница воображения, словарный запас отправителя информации, словарный запас получателя, его способность понимать значение слов, объем запоминания.

Барьеры, связанные с коммуникативными особенностями участников взаимодействия, имеют социальный или психологический характер. Они могут возникать через особые социально-психологические отношения, которые сложились между партнерами (антипатия, недоверие и т.п.), а также через своеобразный «фильтр» доверия или недоверия. Причем фильтр действует таким образом, что абсолютно истинная информация может стать неприемлемой, а ошибочная, наоборот, приемлемой. С точки зрения психологии очень важно выяснить, при каких условиях тот или иной канал информации может быть заблокирован этим фильтром. Важно также выявить средства, помогающие принятию информации и ослабляющие действие фильтров.

Выделяют три формы коммуникативных барьеров, которые различаются по степени прозрачности: избегание, авторитет, непонимание. Речь идет о том, что по своей

психологической природе коммуникативный барьер является механизмом защиты от нежелательной информации. Психологическая преграда, которую реципиент устанавливает на пути нежелательной, утомительной или опасной информации, может быть разной степени прозрачности. Практически непрозрачным барьером является избегание. Убегать от нежелательной информации и ее влияния возможно как физически (избегать не предусматривает контакт с самим носителем такой информации), так и психологически (забывание информации или «углубление в себя» во время слушания).

Второй барьер - авторитет - действует следующим образом: информация поступает в сознание, но на этом пути она существенно обесценивается через субъективное снижение авторитетности ее источника, т.е., в конечном счете, становится ненадежной и малозначимой.

Третий барьер - непонимание, тончайший способ снизить влияние информации путем ее искажения до неузнаваемости, предоставление ей нейтрального смысла.

Поскольку причины коммуникативных барьеров могут утаиваться в содержательных и формальных характеристиках самого сообщения (фонетических, стилистических, семантических), а также в логике его построения, то есть необходимость рассмотреть такие барьеры подробнее.

Логический барьер возникает тогда, когда партнеры не находят общего языка. То есть каждый человек видит мир, ситуацию, проблему, которая обсуждается, со своей точки зрения, которая может не совпадать с позицией партнера. Кроме того, одни и те же слова по той или иной ситуации могут иметь совершенно иной смысл, который есть всегда индивидуально-личностным: он зарождается в сознании того, кто говорит, но не обязательно является понятным тому, кто слушает. Более того, сама мысль порождается различными потребностями человека. Вот почему за каждой мыслью стоит мотив, который и является первичной инстанцией в порождение речи. Поэтому прежде чем произнести мнение, человек сначала «упаковывает» его во внутреннюю речь, а затем выражает словами, вербализирует. Тот, кто слушает, расшифровывает значения слов, постигая таким образом смысл вербального сообщения.

Зачастую логический барьер возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. Например, у одного – абстрактно - логическое, а у другого - наглядно-образное. Логический барьер может возникать на уровне операционной мыслительной деятельности людей. Известно, что такие операции мышления, как сравнение, анализ, синтез, обобщение, абстрагирование, используются людьми с разной степенью глубины. То есть пока один углубляется в развернутый анализ проблемы, другой, собрав поверхностную информацию, уже имеет готовый ответ. В зависимости от того, какие формы мышления преобладают в интеллекте каждого из партнеров, они общаются на уровне понимания или непонимания, т.е. и здесь имеет место логический барьер. Конечно, логический барьер может возникнуть каждый раз, когда партнеры различаются особенностями мыслительной деятельности и не считают нужным учитывать специфику друг друга. Преодолеть логический барьер, как считают специалисты, можно только одним путем: «идти от партнера», то есть пытаться понять то, как он строит свои умозаключения и в чем заключаются различия.

Фонетический барьер, то есть препятствие, которое создается особенностями языка того, кто говорит, возникает тогда, когда участники коммуникативного процесса

разговаривают на разных языках и диалектах, имеют существенные дефекты речи и дикции, искаженное грамматическое построение высказываний. Этот барьер могут породить также невыразительное вещание, злоупотребление большим количеством звуков-паразитов, язык – скороговорка или очень громкий разговор. Например, специалисты в области психологии доказали, что когда человеку что то сообщать на повышенных тонах, то понимание того, кто слушает, будет заблокировано. И чем более сенситивна (чувственная) личность, тем чаще и быстрее это проявляется. Психологически причина непонимания кроется в том, что все внимание индивида, на которого направлен поток оскорбительных слов, концентрируется не на смысле объяснения, а в отношении того, кто говорит, к партнеру. И как результат возникает защитная реакция, т.е. происходит смещение внимания, который блокирует аналитическую деятельность мозга, и слова, адресованные партнеру, который слушает, им не осознаются. Вполне понятно, чтобы такого барьера не было, необходимо говорить четко, не очень громко, избегая говорить со скоростью. Также психологи советуют использовать приемы личной психологической защиты. В частности, можно мысленно проанализировать особенности партнера в момент заигательного оглашения информации: «какие у него стали большие глаза» или «как вены вздулись». Хотя эффективнее будет использовать вербальные средства и сказать, например: «Если вы будете говорить медленнее, тише и спокойнее, то я вас лучше пойму». Такая фраза дает возможность партнеру перестроиться.

Семантический барьер возникает ввиду отсутствия совпадений в системах значений партнеров по коммуникации - тезауруса, т.е. лингвистического словаря языка, с полной смысловой информацией. Другими словами, он имеет место тогда, когда партнеры пользуются одними и теми же знаками (и словами тоже) для обозначения совершенно разных вещей. Семантический барьер - это, во-первых, проблема в жаргоне и сленге; во-вторых, он вызывается ограниченным лексиконом у одного из собеседников; в-третьих, его причинами могут быть социальные, культурные, психологические, национальные, религиозные, профессиональные, групповые и другие особенности общения.

Дридзе использует название «эффект смысловых ножниц» для обозначения семантического барьера и рассматривает коммуникативные ситуации, при которых этот эффект возникает:

- явное несоответствие между языковыми средствами, которые использует коммуникатор, и языковыми ресурсами реципиента;
- расхождение возникает еще раньше - на этапе перевода мысли в слова;
- взаимопониманию мешают определенные индивидуальные особенности реципиента, прежде способность оперировать языком как средством мышления.

Чтобы преодолеть семантический барьер, необходимо понять особенности другого человека и использовать в разговоре с ним понятную для него лексику. При этом слова, которые имеют разное значение, следует объяснять: в каком смысле вы принимаете то или иное слово. Необходимо также помнить о том, что языковые нормы, специфика вашего языка должны изменяться в зависимости от того, к кому направлено сообщение.

Стилистический барьер возникает при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния

реципиента. Например, партнер может не воспринять критическое замечание собеседника, потому что оно было сказано в дружественной манере. Т.е. стиль может быть неуместным, слишком трудным, не соответствовать коммуникативной ситуации и намерениям партнера. Если коммуникатор использует речевые обороты: «Вам нужно», «Вы обязаны», «Ты должен» и подобные, у реципиента возникает явное или скрытое сопротивление. Такому стилю, который имеет принудительный характер, противопоставлена другая философия отношений, которую называют парадигмой возможного: «Возможно», «Желательно, чтобы вы», «можно» и др.

Психологи советуют придерживаться двух основных приемов структурирования информации (речь идет прежде всего о деловой сфере): правила рамки и правила цепи. Сущность правила рамки заключается в том, что начало и конец (цели, намерения, перспективы, результаты и выводы) любого разговора следует четко очертить, ведь они в информационном ряду запоминаются лучше. Правило цепи определяет «внутреннее» структурирование коммуникативного процесса. Речь идет о том, что необходимая для анализа проблемы информация должна образовывать цепь, в которой сообщения объединены по определенным признакам. Очень важным является и последовательность изложения всей информации в целом. Иными словами, стилистический барьер между партнерами в таких условиях порождает неправильная организация сообщения.

Стилистический барьер может возникнуть и при условии, что форма коммуникации и ее содержание не соответствуют друг другу. К примеру, пригласили на беседу, а вместо диалога был односторонний монолог, вызывающий у собеседника не только недовольство, но и непонимание самой информации, так как негативные эмоции, которые не позволяют эффективно слушать, мешают сосредоточиться и воспринимать услышанное. Стилистический барьер возникает и тогда, когда информация передается научно-канцелярским стилем, понятных во время чтения и затруднения в слуховом восприятии.

2. Понятие речевой стратегии и тактики

В каждой ситуации общения используется своя стратегия. Под стратегией в данном случае понимается осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения. Стратегия общения реализуется в речевых тактиках, под которыми понимаются речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации. Для каждого участника речевого общения основной задачей является стратегическое и тактическое планирование речевых действий. Это говорит о том, что коммуниканты должны быть вооружены определенными стратегиями и тактиками, которые тесно взаимосвязаны между собой. В ситуациях бытового общения действуют одни речевые тактики, в деловой сфере – другие. Причем речевые тактики разных уровней общения могут, с определенной коррекцией, взаимопроникать. При речевом воздействии на различные социальные группы населения следует также выбирать соответствующие речевые тактики, имея в виду при этом, что ни одна из тех или иных тактик не является универсальной и эффективной во всех случаях жизни.

Для предупреждения конфликта необходимо соблюдать принципы порядочности, дипломатичности, неприкосновенности достоинства собеседника, милосердия, деликатности, ненасильственного поведения, толерантности (терпимости),

справедливости, избегания оценок и критики, имиджа и синтонности (уважительного и одобрительного отношения к партнёру).

Различают следующие виды речевых / коммуникативных тактик:

- контактоустанавливающая тактика;
- самопрезентация;
- тактика, блокирующая контакт;
- тактика «контроль над темой»;
- эмоционально настраивающая тактика (отвлечение внимания от цели расспросов);
- коррекция модели мира партнёра;
- оправдание, уход от беспочвенных подозрений;
- угроза;
- оправдание;
- обвинение;
- просьба (блокирование нежелательных умозаключений);
- запрос информации;
- уклонение от выдачи полной информации;
- упрёк в неискренности;
- обещание (поддержание добрых отношений);
- передача контроля за инициативой партнеру и т. д.

Универсальными являются стратегии и тактики, разработанные Г. Грайсом и Дж. Личем: их можно использовать во всех видах общения.

Основные тактики и стратегии общения (по Г. Грайсу):

- максима количества: речь должна содержать ровно столько информации, сколько ее требуется в данном случае. Если ее меньше, то адресат вправе уточнить детали, если же больше, то может попросить говорить короче;

- максима качества: речь должна быть правдивой, следует избегать ложных утверждений. Разумеется, в определенных ситуациях не следует говорить всей правды (например, врач – больному), однако чаще всего получатель имеет право знать истинное положение вещей;

- максима отношения(соответствия теме общения): говорящий не должен отклоняться от темы разговора, смена предмета речи должна быть обусловлена каким-либо фактором. В противном случае получится: «Тебе про Фому, а ты про Ерему»;

- максима способа выражения(манеры речи): говори ясно, понятно. Адресант должен избегать неточных выражений, многословия, уметь правильно организовать свою речь, владеть голосом, дикцией, знать нормы языка, уместно выбирать стиль общения, говорить выразительно, с чувством.

Тактики и стратегии общения (по Дж. Личу):

- максима такта: уменьшайте в общении «затраты» других, увеличивайте свои. Тактичнее согласиться на просьбу, чем отказать, тактичнее самому что-либо сделать, чем заставлять кого-то и пр. Не затрагивайте в разговоре тем, потенциально опасных для собеседника (частная жизнь, вкусы и пр.);

- максима великодушия: уменьшайте собственную выгоду, тем самым увеличивая выгоду другого. Не следует связывать партнера обязательствами, обещаниями, клятвой и

т. п. Великодушный человек готов пожертвовать ради другого своими интересами, великодушный человек облегчит речевое поведение другого и не заставит его просить о чем-либо, а сам предложит свою помощь и т. п.;

- максима одобрения: увеличивайте одобрение других, уменьшайте их порицание. Одобрение всегда приятно партнеру по общению, оно связано с похвалой, комплиментами, но не стоит его переводить в лесть;

- максима скромности: меньше хвалите себя, больше порицайте. Скромность предполагает «отведение» похвалы или комплимента. Отсюда фразы: «Не стоит благодарности», «Это всякий может сделать»...;

- максима симпатии: увеличивайте симпатии между собой и партнером, уменьшайте антипатии. Этикетные вопросы при встрече о здоровье, о делах, улыбка, обращение на «вы» и по имени-отчеству, когда это следует делать, увеличивают симпатию к говорящему.

Следует помнить, что в диалогической речи имеются речевые тактики, отличные от тех, которые применяются в монологической речи. Стратегической целью их использования может быть не только убеждение, но и получение максимума информации по теме общения либо о собеседнике, налаживание контакта с будущим клиентом, речевое тестирование, позитивная самопрезентация и др.

Основные тактики диалогического общения (по Т. Ван Дейку):

«Перевоплощение»: искусственное установление разрыва в знаниях с собеседником, перевоплощение в «незнайку», «провинциала», «дилетанта» или даже в «дурачка» (используется в бытовом общении);

«Обобщение»: прием, используемый для демонстрации того, что неблагоприятная информация, только что приведенная, например, в случае из жизни, не просто «случайна» или «исключительна», а типична (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения этой речевой тактики: «И так всегда», «С этим сталкиваешься на каждом шагу», «Это без конца повторяется»;

«Приведение примера»: тактика, показывающая, что общее мнение основано на конкретных фактах (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения: «Вот пример», «Например, на прошлой неделе», «Возьмите нашего соседа. Он...»;

«Усиление», или «Утрирование»: тактика направлена на лучший или более эффективный контроль за вниманием слушающего («привлечение внимания»), на улучшение структурной организации неблагоприятной информации, подчеркивание субъективной макроинформации (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения: «Это ужасно, что...», «Это позор, что...»;

«Уступка»: дает возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типичные выражения: «Среди них попадаются и хорошие люди», «Не стоит обобщать, но...»;

«Сдвиг»: тактика стратегии положительной самопрезентации (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типичный пример: «Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются»;

«Контраст»: тактика имеет несколько функций:

- риторическую: привлечение внимания к участникам отношения контраста (структурирование информации);

- семантическую: выделение положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств (часто путем противопоставления МЫ-группы и ОНИ-группы) – и все ситуации, где прослеживается конфликт интересов. Типичный пример: «Нам приходилось долгие годы трудиться, а они получают пособие и ничего не делают», «Нам пришлось долгие годы ждать новой квартиры, а они получают квартиру сразу же, как только приедут»;

«Апелляция к авторитету»: для подтверждения правильности излагаемой информации дается ссылка на авторитет слушателей, авторитет науки, авторитет известных ученых, социологов, политологов, деятелей культуры;

«Юмор»: приводите смешные, парадоксальные примеры, перемежайте выступление, беседу веселыми шутками, забавными историями, в том числе и из своей жизни. Эта речевая тактика очень эффективна. Хорошее чувство юмора, умение к месту привести шутку или каламбур в сочетании с невербальными элементами (улыбкой, например) позволят добиться успеха в речевой коммуникации любого уровня;

«Да-да-да»: партнеру задается три-четыре вопроса, на которые он обязательно должен ответить «да». Тогда, вероятнее всего, и на основной вопрос он также ответит положительно. Это одна из самых древних тактик, предложенная древнегреческим философом Сократом;

«Черный оппонент»: тактика, противоположная только что описанной. Суть ее в следующем. Партнеру по общению задается несколько вопросов с таким расчетом, чтобы на один из них он не смог ответить. Тогда незамедлительно произносится речевая формула: «Вот видите, вопрос не подготовлен». При использовании тактики «черный оппонент» следует иметь в виду: вопросов должно быть не более трех, в противном случае тактика разрушается и налицо просто предвзятое отношение к собеседнику; вопросы должны быть достаточно сложными, в ряде случаев неразрешимыми, поскольку, если партнер ответит на все вопросы, тактика не сработала; речевая формула произносится при первом же затруднении с ответом, прекращая (пытаясь прекратить) речевое взаимодействие; не следует позволять партнеру развивать свой ответ или, особенно, перехватить речевую инициативу;

«Подмазывание аргумента»: слабый довод, который может быть легко опротестован, сопровождается комплиментом партнеру по общению. Например: «Вы, как человек умный, не станете отрицать»; «Всем хорошо известна ваша честность и принципиальность, поэтому вы...»; «Человек, недостаточно образованный, не оценит, не поймет приведенный аргумент, но вы...». Собеседнику тонко дают понять, что к нему лично относятся с особым уважением, высоко ценят его ум, признают его достоинства.

3. Речевое манипулирование.

Языковое манипулирование — это отбор и использование таких средств языка, с помощью которых можно воздействовать на адресата речи. Как правило, языковое манипулирование предполагает такое воздействие на собеседника, которое тот не осознает и воспринимает как часть объективной информации.

Манипуляция представляет собой вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями. Манипуляция – программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции».

Манипуляция по своей сути призвана нивелировать такой конфликт, создавая иллюзию самостоятельности принятия решения потребителем. Люди, по большей части, склонны к тому, чтобы поддаваться на уловки, провокации и манипуляции самого разнообразного толка. Так уж мы все устроены, что «и обмануть меня не сложно, я сам обманываться рад»

Показательным является манипулирование в рекламе, где можно выделить 7 основных способов манипулирования:

1. Давить на желания.

В каждой человеческой голове живут различные страхи, которые только и ждут момента, чтобы выбраться из своих потаённых углов. Очень часто эти страхи основаны на том, что социально- и личностно-важные потребности никогда не будут реализованы.

На этом играют практически в каждом рекламном сообщении, где изображен некий образ жизни, считающийся в обществе желанным. Роскошный офис на последнем этаже небоскреба, беззаботные путешествия, счастливая влюбленность и так далее. В российской рекламе это началось лет 20 назад еще с ролика Bountu «Райское наслаждение» и будет продолжаться до тех пор, пока не сменятся самые важные человеческие потребности. То есть вечно.

2. Запугивать.

Люди пугливы. Особенно в том, что касается здоровья и внешнего вида. Чем старше человек, тем больше он думает о здоровье, потому что становится труднее жить. Внешний вид также имеет для людей большое значение. Если ты некрасивый, то тебя вряд ли полюбят, да и успеха скорее всего ты в жизни не добьёшься.

Самые яркие примеры применения этого пункта: реклама Данакора, где стариков и взрослых пугают зашкаливающим уровнем холестерина, и реклама зубной пасты, где «проходим» предлагают замерить количество бактерий на зубах, а потом они ахают так, будто бы им только что сообщили, что у них неизлечимая болезнь.

Такой приём как запугивание выглядит не очень естественно, однако показанный в обоих случаях, как это ни прискорбно, на некоторых людях срабатывает и по сей день.

3. Создавать проблему и предлагать решение.

Этот способ манипуляции естественным образом вытекает из двух предыдущих. Когда реклама уже напугала свою жертву, она, выражаясь фигурально, улыбается и достаёт из-за спины решение всех трудностей и прямой билет к удовлетворению всех потребностей.

4. Создавать иллюзию «Можно».

Этот способ чаще всего используют банки и прочие финансовые компании, которые обещают своим потребителям золотые горы. В своей коммуникации большинство из них давит на то, что у их клиентов наступит потрясающая жизнь, если они обратятся к ним. Так в рекламе кредитных продуктов сообщается: «Вы можете позволить себе все!».

5. Обращаться к авторитетам.

Человек не может быть компетентен абсолютно во всех сферах жизни, поэтому ему свойственно прислушиваться к людям, которые более компетентны и более авторитетны в тех или иных вопросах.

6. Использовать все богатство сравнительной лексики.

«Новинка», «уникальный», «революционный», «первый», «единственный», «больше», «эффективней» и так далее, и тому подобное — нет числа этим восторженным существительным и прилагательным, призванным создать у целевой аудитории впечатление, что только этот продукт заслуживает внимания, а все остальное — устаревшее и неэффективное.

7. Опирается на принцип социального доказательства. Согласно принципу социального доказательства, мы убеждены, что правильное поведение то, которое часто демонстрируют другие люди в подобной ситуации. В данной ситуации срабатывает такой механизм, как и в пункте под номером пять «обращение к авторитетам». Разница лишь в том, что в качестве «экспертов» здесь выступают обычные люди, а как известно, мнению народа принято доверять.

Главным определителем манипулятивной природы того или другого приёма является утаивание и неочевидность воздействия, разнообразные отвлекающие ходы.

1) Эвфемизация (замена слова с негативным смыслом на нейтральное).

Например, слово «бедность» заменяется словосочетанием «люди с низким доходом».

2) Сравнение в пользу манипулятора (поиск объекта, на который можно опереться, для того, чтобы адресат выглядел в удачном свете).

3) Подмена понятий (понятие ставится в один ряд с негативными (позитивными) понятиями, вследствие чего и само приобретает негативный (позитивный) смысл).

4) Переосмысление (известному факту или человеку присваивается какой-либо новый смысл, удобный манипулятору).

5) Вживленная оценка (признак предмета часто ставится рядом с его названием, затем превращаясь в его свойство).

6) Риторические вопросы (ставятся вопросы, на которые просто невозможно ответить «нет»).

7) Импликатуры (информация в сообщении не присутствует открытым текстом, но извлекается читателем в силу стереотипов его мышления).

8) Воздействие на эмоции (положительные).

9) Социальные установки (манипуляция различными социальными установками человека: самооценка, самоутверждение, общественное мнение и пр.).

10) Картина мира (апелляция к представлениям человека о мире и его законах).

Иногда речевое манипулирование выходит за рамки приличного, и превращается в откровенные нападки или хамство. Придраться могут к кому угодно и к чему угодно. При наличии наглости, напористости и громкого голоса, собеседник может очень быстро повергнуть вас в замешательство, выбить из рула аргументированного ответа и заставить отклониться от обсуждаемой темы. Практически любого человека, не являющегося экспертом в обсуждаемом вопросе можно уличить в некомпетентности, т.к. знать всё невозможно. При развитых навыках речевого манипулирования, можно уличить и любого эксперта. Стандартный прием здесь — использовать обобщающие вопросы: «Ну как с вами

можно вести диалог, если вы даже элементарных вещей не понимаете?»; «Мне бы на вашем месте было бы стыдно спорить на тему, в которой любому будут видны ваши пробелы в знаниях»; «Ваши слова – убедительное доказательство вашей некомпетентности в этом вопросе».

Если человек отстаивает свою точку зрения, ему это по каким-либо причинам нужно. Раз ему это нужно, его можно обвинить в собственных корыстных интересах в данном вопросе. «Мы все понимаем, что вами движет только одно – собственные корыстные интересы, прикрытые заботой об общих проблемах»; «Вы бы лучше с таким пылом рассказали нам, почему вы отстаиваете эту спорную точку зрения. Каковы ваши истинные личные интересы?»

Призыв к истине, правде, справедливости, здравому смыслу и т. п. бывает обычно доступен каждой из конфликтующих сторон в равной степени просто потому, что истины не существует (см. пост «Об истине»). Выгоднее, конечно, быть именно той стороной, которая первая вспомнит про справедливость. Потуги другой стороны впрыгнуть в тот же вагон, будут выглядеть как оправдание или отсутствие весомых аргументов. «Я делаю это так, потому что для меня важно, чтобы вопрос был решен по справедливости, а вам, похоже, справедливые решения принимать не нравится, так как свои интересы вы ставите выше интересов компании».

Когда оппонент имеет сильную подтверждающую базу, или имеет сильную поддержку, переход на обсуждение конкретно его личности поможет существенно принизить его позиции. «Вы пока еще не заслужили доверия, чтобы выступать от лица...»; «Да достаточно просто посмотреть на вас, и сразу становится понятно, что вы сами не верите не единому собственному слову»; «Вы глубоко заблуждаетесь, считая, что ваши вкусы разделяет большинство».

Не ошибается тот, кто ничего не делает. Ошибки можно найти у каждого. Люди гораздо сильнее переживают свои ошибки, чем кажется на первый взгляд. Суть приема – вспомнить любую допущенную ошибку, раздуть её до огромных размеров или выказать озабоченность повторением случившегося. «В прошлом году вам уже доверили ответственное задание. Вы его провалили. Хотите, что бы мы ещё раз наступили на те же грабли?»; «У вас была возможность проявить себя в январе при проведении ..., а вы чуть было всё не испортили».

КОРРЕКТНЫЕ ПРИЕМЫ И УЛОВКИ	НЕКОРРЕКТНЫЕ ПРИЕМЫ И УЛОВКИ
Проявлять инициативу, вести спор по своему сценарию. Наступать, а не обороняться. Например, предвидя доводы противника, можно высказать их самому и опровергнуть.	«Довод к человеку» - это разновидность подмены тезиса, когда вместо обсуждения по существу того или иного соображения начинают оценивать достоинства или недостатки человека, выдвинувшего это соображение.
Критика аргументов, которая основывается на опровержении ложного тезиса оппонента достоверными фактами.	Аргумент к публике – вместо обоснования истинности или ложности тезиса объективными доводами пытаются опереться на мнения, чувства и настроения слушателей.
Опровержение демонстрации основано на выявление того, что тезис оппонента логически не вытекает из его аргументов	Аргумент к несмелости, или к авторитету, – обращение в поддержку своих взглядов к идеям и именам тех, с кем противник не посмеет спорить, даже если они, по его мнению, не правы. Например, ссылка на авторитет великих ученых: физиков, математиков, химиков.

<p style="text-align: center;">Атака вопросами</p> <p>– это прием, который основан на перехвате инициативы в постановке вопроса с целью сделать положение оппонента затруднительным, заставить его защищаться, оправдываться, тем самым создать для атакующего наиболее благоприятные условия для спора.</p>	<p style="text-align: center;">Аргумент к тщеславию</p> <p>– расточение неумеренных похвал противнику в споре в надежде, что, тронутый комплиментами, он станет мягче и покладистей.</p> <p>Этот довод можно считать частным случаем аргумента к личности. Как только в дискуссии начинают встречаться обороты типа «не подлежит сомнению глубокая эрудиция оппонента», «как человек выдающихся достоинств, оппонент...» и т.п., можно предполагать завуалированный аргумент к тщеславию.</p>
<p style="text-align: center;">Прием «сведение к абсурду»</p> <p>в сочетании с приемом иронии и сарказма приводит утверждение оппонента к абсурдному результату.</p>	<p style="text-align: center;">Ставка на ложный стыд или аргумент к невежеству</p> <p>использует боязнь оппонента дискредитировать себя в глазах окружающих. Как правило, один из участников спора вводит утверждение, якобы общеизвестное, но не известное оппоненту и утверждает его значимость. При этом оппонент, чувствуя свою неуверенность, вынужден соглашаться с сомнительным утверждением</p>
<p style="text-align: center;">Принцип «бить врага его оружием»</p> <p>основан на использовании слов, принципов и доводов оппонента против него же.</p>	<p>Преднамеренное запутывание слушателей, сбивание их с толку. Из многословной, запутанной речи очень трудно извлечь информацию.</p>
<p>Концентрировать аргументы в самом слабом месте позиции соперника.</p>	<p style="text-align: center;">«Просеивание (подтасовка) фактов»:</p> <p>использование из всей совокупности фактов только тех, которые подтверждают тезис.</p>
<p>Использовать эффект внезапности. Например, прибереечь важные сведения к концу спора.</p>	<p style="text-align: center;">Обструкция – намеренный срыв спора, когда перебивают противника, не дают ему говорить.</p>