

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

И.А.Стернин

**Введение
в речевое воздействие**



Воронеж
2001

Данное издание представляет собой введение в проблематику, связанную с теорией и практикой речевого воздействия – науки об эффективном общении.

Монография подготовлена на основе курса лекций о речевом воздействии, которые автор много лет читал в Воронежском университете, Воронежском институте повышения квалификации и переподготовки работников образования, других учебных заведениях России и ряда зарубежных стран (Германии, Дании, Финляндии).

Данное издание может использоваться как учебное пособие к курсу лекций, а также для самостоятельной работы студентов и учащихся, для подготовки докладов и рефератов.

Для филологов, студентов вузов, техникумов, учащихся старших классов средних школ, гимназий, лицеев, изучающих предметы «Культура общения», «Деловое общение», «Русский язык и культура речи», а также для широкого круга желающих повысить эффективность своего общения с людьми.

© И.А.Стернин, 2001

Рецензенты:

кафедра теории коммуникации и современных языков Воронежского технического университета (зав.кафедрой доктор филологических наук профессор В.Б.Кашкин)

Н.А.Козельская, кандидат филологических наук, доцент Воронежского ГУ

Издание осуществлено при спонсорской поддержке Таупсинского нефтеперерабатывающего завода.

ISBN

Введение

Эта книга имеет свою историю. В течение многих лет (примерно с середины 80-ых г.г.) автор читал лекции по проблемам коммуникации и речевого воздействия в учебных заведениях Воронежа и ряда других городов России (Тверь, Екатеринбург, Липецк, Туапсе, Ярославль, Салехард, Ноябрьск и др.) а также в университетах Германии, Дании, Финляндии. Этот же курс лекций автор неоднократно читал на различных курсах для менеджеров, руководителей предприятий, претендентов на выборные политические должности, в системе повышения квалификации учителей и других категорий работников, профессионально работающих в сфере «человек-человек».

Материалы лекций легли в основу программ специализации «Риторика и деловое общение», «Филологические основы рекламы» для студентов филологического факультета Воронежского университета, в основу курса подготовки учителей предмета «Культура общения» в Воронежском институте повышения квалификации и переподготовки работников образования, составили основу практических курсов и тренингов «Деловое общение» и «Политическое общение» для менеджеров и соискателей выборных должностей.

Многие коллеги и ученики автора, прослушавшие в разные годы его лекции по речевому воздействию на тех или иных курсах, ряд лет широко используют материалы автора в своих лекционных курсах, на практических занятиях и уроках в различных вузах, техникумах и школах Воронежа и других городов страны.

Некоторые разделы данного лекционного курса были в разные годы частично опубликованы автором в малотиражных брошюрах как дидактический материал для учителей предмета «Культура общения» («Общение и общество», «Общение с мужчинами и женщинами», «Законы общения» и др., см. список публикаций автора в конце данной книги), но они давно стали библиографической редкостью и недоступны читателям.

Данное издание предпринимается автором для монографического обобщения собственных многолетних исследований в области речевого воздействия. Обобщена современная научная литература по проблемам коммуникации, а также значительный объем зарубежной и отечественной научно-популярной литературы по общению, поскольку именно в популярной коммуникативно-психологической литературе, согласно карнегианской традиции, сейчас в основном публикуются разработки в области эффективного общения и именно там зачастую содержатся очень ценные эмпирические наблюдения.

Кроме того, данная книга обобщает опыт практической работы по совершенствованию навыков общения слушателей различных курсов, который был получен в последнее десятилетие сотрудниками и коллегами автора с кафедр общего языкознания и стилистики Воронежского университета и кафедры теории и практики коммуникации Воронежского института повышения квалификации и переподготовки работников образования, работавшим по методикам, разработанным автором. Всем без исключения коллегам с обеих кафедр автор выражает большую признательность.

Пособие отражает авторскую концепцию речевого воздействия. Центральным в этой концепции является обоснование *речевого воздействия как новой современной науки, предметом которой выступает эффективность общения.*

Данное понимание было впервые предложено автором в 1990 г. в брошюре «Планы семинарских занятий и методические указания по курсам *Культура политического общения, Ораторское мастерство и культура речи, Речевое воздействие*» (Воронеж, 1990) и развито в ряде последующих работ, таких как: «Практическая риторика», Воронеж, изд. 1, 1993, изд. II, 1996; *Речевое воздействие как наука / Проблемы развития общей культуры курсантов в процессе обучения.* Воронеж, 1993; *О понятии “эффективное общение” / Преподавание культуры общения в школе.* Воронеж, 1995; *Теоретические проблемы обучения речевому воздействию / Принципы и проблемы филологической дидактики.* Пермь, 1994; *Речевое воздействие как интегральная наука / Речевое воздействие.* Воронеж-Москва, 2000.

Автор исходит из того, что в настоящее время в современном научном пространстве активно формируется новая наука - *наука об эффективном общении*, которую и предлагается назвать наукой о речевом воздействии. Она формируется как интегральная наука, объединяющая, интегрирующая усилия представителей целого комплекса смежных наук - традиционной системной лингвистики, коммуникативной лингвистики, психолингвистики, прагмалингвистики, риторики, дискурсивной лингвистики, стилистики и культуры речи, психологии, теории массовой коммуникации, рекламы, персонал-менеджмента, социологии, связей с общественностью, культурологии, этнографии, конфликтологии и др.

Современная наука о речевом воздействии имеет следующие основные разделы: риторика как наука об эффективной публичной речи, деловое общение (в широком смысле) как наука об эффективном общении при достижении предметной или информационной цели;

реклама как наука об эффективном продвижении товара на рынке (в ее текстовой, языковой составляющей).

Наука о речевом воздействии трехчастна. Она делится на историю науки, теорию науки и практическую часть, связанную с обучением речевому воздействию.

Современная наука о речевом воздействии межпредметна, она использует данные и методы разных наук. Ее базовая принадлежность - коммуникативная лингвистика. В современном российском обществе эта наука остро необходима для совершенствования навыков межличностного и делового общения, для педагогики и воспитания, для эффективной рекламы, массовой коммуникации, эффективного менеджмента и эффективного политического воздействия.

Становление науки о речевом воздействии - яркая примета современного развития гуманитарного научного знания, ориентированного на практические потребности общества. Эта наука о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта. Изучение правил и приемов эффективного речевого воздействия и популяризация этих сведений - важнейшая задача сегодняшнего дня.

Практическое обучение речевому воздействию на современном этапе в нашей стране актуально не меньше, а может быть и в большей, степени, чем разработка теоретических проблем речевого воздействия. В России нет традиций обучения эффективному общению - таких, например, какие есть в США, Великобритании, других западных странах. Вместе с тем, актуальность такого обучения налицо.

Эффективному общению, культуре общения в обществе надо учиться как основам грамоты, как умению читать и писать, поскольку это - действительно *грамотность*, необходимая каждому: мы все допускаем ежедневно множество грубейших ошибок в общении друг с другом, которые делают нашу жизнь, и без того нелегкую, еще сложнее. Мы постоянно делаем замечания незнакомым, даем советы тем, кто нас не просит, критикуем людей при свидетелях и делаем еще много такого, что категорически нельзя делать с точки зрения эффективности общения в цивилизованном обществе. Все это мешает нам достижению позитивного результата на работе, мешает нормально жить в семье, общаться с детьми, близкими и не очень близкими людьми, ведет к повышенной конфликтности общения. Установлено, что наши деловые контакты будут успешными в 7 случаях из 10, если мы владем навыками эффективного делового общения.

Широкое обучение речевому воздействию в школе, вузе, на специальных курсах для взрослых - актуальная задача сегодняшнего дня, и именно на достижение этой задачи направлено наше пособие.

Таким образом, речевое воздействие имеет свой собственный, не изучаемый никакой другой наукой *предмет* - эффективное общение, а также несомненное *практическое применение*, что дает все основания рассматривать речевое воздействие как самостоятельную науку.

Предлагаемое вниманию читателей издание является первой книгой из подготовленной нами серии из трех книг, посвященных речевому воздействию. Книга, которую сейчас читатель держит в руках - это «Введение в речевое воздействие», то есть книга, рассматривающая *основные понятия и терминологический аппарат* науки о речевом воздействии. Она является вводной по отношению ко второй, основной книге серии - «Основы речевого воздействия». Во второй книге будут рассмотрены собственно *правила и приемы эффективного речевого воздействия* в различных коммуникативных ситуациях.

Третья книга из данной серии - «Практикум по речевому воздействию». Эта книга будет содержать *упражнения* по развитию навыков эффективного речевого воздействия. Упражнения будут соотноситься как с содержанием первой, так и второй книги.

Основная использованная литература вместе со списком работ автора по проблемам речевого воздействия приводится в конце книги.

Глава 1.

Общение в современном обществе

1. Понятие общения

С одной стороны, все люди понимают, что такое общение. Общение – это когда люди разговаривают друг с другом. С другой стороны, когда мы посмотрим повнимательнее на некоторые виды общения, то закрадывается некоторое сомнение – общение ли это?

Можно ли, например, считать общением:

- заказ железнодорожных билетов по телефону,
- разговор с информатором по телефону 09 (вы узнаете телефон знакомого),
- диалог с продавцом, когда вы покупаете хлеб,
- обмен приветствиями со знакомым на ходу (- Здравствуйте! - Здравствуйте!),
- разговор в транспорте: - Когда же будет нормально ходить транспорт?! –И не говорите!

Наконец, можно ли считать общением диалог с компьютером?

Определение общения представляет значительную трудность, поскольку общение, с одной стороны, очень многоаспектное явление, а с другой стороны, существует много явлений, которые сходны с общением, но, строго говоря, общением не являются.

Общение можно определить через перечисление его основных признаков. С этой точки зрения общение выступает как *осознанный, рационально оформленный, целенаправленный информационный обмен между людьми, сопровождающийся индивидуализацией собеседников, установлением эмоционального контакта между ними и обратной связью.*

Как видно из приведенного определения, общение в полном смысле слова предполагает:

1. Обмен информацией

Это означает, что в процессе общения информация должна передаваться друг другу всеми участниками общения, то есть должна иметь место взаимность информирования – обе стороны передают и получают информацию. Если один говорит, а другие только слушают – это не общение. Телевидение, газета, сигнал СОС, светофор, телефонный автоответчик, компьютер передают информацию, но мы с ними не общаемся. Нельзя считать общением и такие ситуации: один выговаривается, а другой выступает только как слушатель; один кричит на

другого, а тот молчит; люди находятся вместе, но не разговаривают друг с другом («он молчал, а я слушала»).

2. Осознанность информационного обмена

Информационный обмен должен осуществляться собеседниками осознанно. Передача информации должна входить в намерение обоих собеседников.

Если мой собеседник догадался о чем-либо, касающемся меня, хотя я совсем не намеревался ему об этом сообщать - это тоже не результат общения. Это результат интерпретации слов собеседника, результат догадки или интуиции (ср. диалог из фильма «Ирония судьбы»: – Вы замужем? – Какое это имеет значение? –Значит, не замужем!))

3. Целенаправленность передачи информации

Если мы слышим разговор, адресованный не нам, то мы не общаемся с тем, кто говорит – ведь он осознанно не направляет свое сообщение нам. Подслушивание разговора других – не акт общения с ними. Информационное сообщение в процессе общения должно быть адресовано конкретному собеседнику, конкретной аудитории. Возглас «Кто-нибудь, отзовитесь! «Ау!», «Помогите!» – это не акт общения с кем-либо, а попытка найти собеседника, с которым можно было бы вступить в общение, обратиться за помощью и т.д.

Целью участников общения является целенаправленная передача информации друг другу. Если человек возмущается чем-либо себе под нос, а мы спрашиваем его: - Вы что хотите сказать? , а он отвечает: - Да это я так... , общение не состоялось.

4. Рациональная оформленность информационного обмена

Обмен информацией должен осуществляться в подготовленной форме, иметь свои единицы, структуру и план, быть осмысленным как нечто целое, то есть весь акт общения должен состоять из подготовленных и осмысленных частных высказываний, которые можно понять. Словесное выражение информации с обеих сторон должно удовлетворять требованиям определенного кода – оно должно осуществляться на одном языке, содержать обоюдоизвестные языковые единицы и структуры.

Если человек что-либо бормочет, говорит бессвязно –это не общение. Парализованный человек говорит, но не общается, поскольку его речь непонятна окружающим и не может быть интерпретирована в смысловом, информационном отношении. Вопли, крики – тоже не акт общения, так как они носят чисто эмоциональный, в языковом отношении неоформленный характер. Общение с обеих сторон должно удовлетворять требованиям понятности

5. Индивидуализация собеседника

Собеседники в акте общения должны индивидуализировать друг друга, то есть выделять друг у друга отличительные черты, отличать собеседника от других людей. Собеседник должен быть «прочитан», то есть воспринят органами чувств, выделен из других, к нему должно быть сформировано определенное отношение – со знаком плюс или минус.

Например, когда мы говорим коллеге или незнакомому человеку «У вас что-то случилось?», «Вы плохо себя чувствуете?», «Вам нужна помощь?», это значит, что мы его «прочитали» и индивидуализировали. Если нам надо обратиться с просьбой к незнакомому человеку, и у нас есть выбор из нескольких людей, мы «читаем» всех и обращаемся к наиболее доброжелательному, внешне приятному, симпатичному или доброму на вид человеку. В справочном бюро, в магазине, железнодорожной кассе нас обычно не «читают» и мы не «читаем» собеседника. Начальник нас обычно не «читает», а мы его «читаем», и нам хочется, чтобы и он нас «прочитал».

6. Обратная связь

Собеседник должен иметь обратную связь при общении. Если я говорю и не знаю, слышит ли меня собеседник, воспринимает ли он то, что я ему сообщаю (а обратная связь показывает именно наличие этого), то между нами и не осуществляется общение. Говорящий следит за реакцией собеседника, и если тот смотрит на говорящего, кивает, поддакивает, соглашается, или, наоборот, высказывает несогласие, говорящий корректирует свое сообщение. Если обратной связи нет, то вопрос об эффективности общения под вопросом. С этой точки зрения общение через телеэкран, газету, книгу - неполноценное общение, так как обратная связь там бывает случайной и неполноценной.

7. Эмоциональный контакт с собеседником

Для общения нужен эмоциональный контакт. Если эмоционального контакта нет, то и общение не может считаться состоявшимся - это просто информационный обмен. Так, мы именно обмениваемся информацией, но не общаемся с информатором в окошечке “Справка” на вокзале. Для полноценного общения необходимо постараться установить с собеседником эмоциональный контакт.

Контакт может быть с эмоциональными знаками плюс с обеих сторон, с эмоциональными знаками минус или с полярными эмоциональными знаками – в любом случае общение так или иначе состоится. А вот общение незональное, без всяких эмоций – как машина с машиной, как функция с функцией – не может считаться полноцен-

ным, оно неприятно собеседникам и остается информационным обменом, а не общением.

Таким образом, общение необходимо отличать от следующих близких к нему явлений:

1. Передача информации:

- по запросу – в справочной, автоответчик, записка, сообщение типа «вас просили позвонить домой»;
- без запроса – собеседник проговорился, выдал себя (лицом, жестом, взглядом и т.д.), дал повод нам сделать какой-либо вывод (например, разговор собеседников на высоких тонах непроизвольно сообщает окружающим об их ссоре).

2. Получение информации.

Например, я прочитал что-либо в газете, узнал по радио или ТВ, интерпретировал факты («значит, не замужем» - ср. пример выше), проявил наблюдательность, наконец, просто подслушал чужой разговор. Необходимо иметь в виду, что во всех этих случаях может быть получена ложная информация, поэтому такая информация требует проверки.

3. Информационный обмен.

Это, прежде всего, «разговор» с компьютером, а также разговор без индивидуализации собеседника, без установления эмоциональных отношений – с кассиром, продавцом, информатором справочной и т.д.

2. Виды общения

Общение неоднородно. Типология видов общения возможна на различных основаниях, мы остановимся лишь на наиболее важных.

По теме общения: политическое, научное, бытовое, религиозное, философское, учебно-педагогическое, воспитательное и т. д. Тематическая классификация видов общения основана на выделении преобладающего в той или иной коммуникативной ситуации предмета общения – политика, наука, воспитание и т.д. Сколько существует в обществе типовых предметов общения, столько и тематических видов общения может быть выделено. Каждый из этих видов общения имеет свои особенности, свои правила, стратегии и тактики ведения.

По цели общения – деловое и развлекательное. Деловое общение предполагает конкретную предметную или информационную цель, развлекательное (в широком смысле) предполагает проведение времени в общении, оно не связано непосредственно с утилитарными, деловыми задачами.

По *степени официальности* – официальное и неофициальное общение.

Официальное общение ведется в официальных, то есть в формальных коммуникативных ситуациях – начальник и подчиненный, коллега-коллега, продавец-покупатель, клиент-слушатель, учащийся – преподаватель, гражданин – представитель власти, проситель – чиновник и т.д.

В официальном общении роли общающихся достаточно четко определены и необходимо вести общение в рамках этих ролей. Официальное общение предполагает четкое соблюдение всеми участниками официального социального статуса друг друга. Неофициальное общение не предполагает соблюдения статусных норм, в его рамках можно общаться запросто, проявляя инициативу, нарушая (вернее, не соблюдая) многие официальные нормы.

По форме общения: закрытое, открытое, смешанное.

Закрытое общение - это общение, когда предметные позиции коммуникантов не имеют принципиального значения, не они определяют характер общения. При закрытом общении содержание разговора в значительной степени отходит на второй план, оно как бы оказывается малозначительным. При закрытом общении важно придерживаться темы и соблюдать форму и правила, принятые для данного типа общения в этой социальной среде или группе. Таково, например, так называемое светское общение или разговор на общие темы.

Светское общение преследует несколько целей:

- 1/ заполнение времени беседой,
- 2/ демонстрация принадлежности общающихся к одной группе,
- 3/ соблюдение принятого в обществе для данного типа ситуаций ритуала.

В светском общении есть принятые для конкретной культуры, социального слоя или группы темы разговора, существуют многочисленные табу и ограничения, регламентирована общая тональность общения (она должна быть доброжелательной и оптимистической с обеих сторон), определены многие другие параметры общения.

Светское общение представляет собой ритуальную беседу, которую этикет предписывает вести людям в официальной обстановке, в официальных ситуациях, когда они выступают в официальных ролях - попутчиков, официальных гостей, официальных участников какого-либо приема, собрания, мероприятия, либо в роли только что представленных друг другу и еще мало знакомых друг для друга людей.

В коммуникативной лингвистике существует термин «фатическое общение» (термин английского антрополога Бронислава Малиновского).

Фатическое общение - это *общение-времяпрепровождение*, цель которого - установить или поддержать контакт с собеседником. Светское общение - разновидность фатического, но это фатическое общение, соответствующее требованиям, нормам, принятым в культурном, образованном обществе; это *этикетное фатическое* общение. Фатическое общение может быть и неэтикетным, неформальным, не связанным с какими-либо этикетными ограничениями (например, опосредованное выпивкой).

Светское общение не предполагает глубоких дискуссий, споров, столкновения мнений, а наоборот исключает их. Это взаимно приятный, ни к чему формально не обязывающий разговор на общие темы, основная цель которого - провести время с собеседником, оставаясь с ним в вербальном контакте.

Часто светский разговор используется для первичного знакомства людей друг с другом, как средство узнать друг друга поближе, и впоследствии он может перейти в глубокое, инициативное общение, в общение по душам и т. д. В устойчивых группах общения, например, в высшем обществе прошлого, в элитарных клубах, на презентациях, формальных празднованиях каких-либо событий, светское общение преследует цель поддержания контакта, подтверждения отношений между членами той или иной социальной, профессиональной группы, группы общения.

В светском общении не испытывают необходимости родственники, друзья, близкие люди. Ср. отрывок из «Героя нашего времени» М.Лермонтова: «Вернер вошел в мою комнату. Он сел в кресло, поставил трость в угол, зевнул и объявил, что на улице становится жарко. Я отвечал, что меня беспокоят мухи, и мы оба замолчали».

Таким образом, с точки зрения дополнительных целей (кроме основной, объединяющей - коммуникативное времяпрепровождение), можно говорить о двух разновидностях светского общения: общение - установление отношений и общение - подтверждение отношений. Разумеется, между этими двумя видами светского общения не всегда можно провести четкую грань.

Светское общение в каждом обществе, на каждом историческом этапе его развития, в разных социальных группах имеет свои правила и особенности. В современном русском общении эти правила обозначены весьма нечетко, поскольку светское общение, столь развитое в дореволюционную эпоху, сейчас утратило свою специфику, практиче-

ски сошло на нет как результат установления социальной однородности общества, с исчезновением четких и существенно различающихся друг от друга многими параметрами социальных групп - носителей такого общения. Вместе с тем, светское общение необходимо, прежде всего, при общении с малознакомыми людьми, для установления контакта с новыми знакомыми, для общения в группах, где есть люди, знающие друг друга и незнакомые друг другу, для общения в разновозрастных и разнополовых аудиториях. Очень часто люди в таких ситуациях «не знают, о чем говорить» - эта фраза как раз и выдает незнание данными людьми правил светского общения.

Об истории и правилах светского общения в России XIX века можно прочитать в наших пособиях «Коммуникативные ситуации» (1993), «Светское общение» (1996), «Русский речевой этикет» (1996), где анализируются принципы русского светского общения и приводятся примеры на материале произведений А.Пушкина, М.Лермонтова, Н.Гоголя, Л. Толстого.

Основными правилами современного светского общения можно считать следующие:

1. Умеренная мимика и жесты, конвенциональные позы, значительная дистанция общения, невербально выраженная доброжелательность, сдержанная положительная эмоциональность.
2. Демонстрация интереса ко всем собеседникам, вопросы к собеседникам о том, как обстоят их дела.
3. Избегание споров, затрагивания неприятных и конфликтных тем обсуждения.
4. Частотность выражения согласия с собеседником.
5. Некатегоричность высказывания своей точки зрения, исключение настаивания на своем мнении.
6. Отсутствие задачи установления истины в ходе разговора, обсуждение разных имеющихся у людей точек зрения на проблему.
7. Исключение выражения неодобрения или несогласия в ходе общения.
8. Высокая комплиментарность общения, частотность одобрения слов и действий собеседника.
9. Выслушивание всех, исключение перебивания кем-либо кого-либо.
10. Демонстрация коммуникативной скромности, исключение привлечения к себе повышенного внимания в процессе общения.
11. Исключение интереса к конкретным подробностям личной жизни партнера по общению.

12. Участие в общей беседе всех членов группы, приветствие каждым каждого, знакомство всех со всеми, организация и поддержание общего разговора.
13. Краткость и равномерность объема общения каждого с каждым из остальных членов группы.
14. Минимизация информации о себе в процессе общения, сообщение информации о себе преимущественно в форме ответа на вопрос.
15. Обсуждение нейтральных тем, которые не могут вызвать столкновения мнений (дети, животные, отдых, путешествия, хобби, климат и погода и др.).
16. Стремление помочь собеседнику *сохранить лицо*, выйти из неприятной ситуации; использование в конфликтных ситуациях примирительной тактики «все по-своему правы», «в каждом деле есть две стороны».
17. Выражение неодобрения слов собеседника молчанием, косвенными способами (например, вопросами), переводом разговора на другую тему.
18. Умеренное использование юмора, шуток.
19. Высокая культура речи, исключение просторечных и грубых слов и выражений, слов с крайней степенью оценки.
20. Демонстрация положительного настроения, взаимного удовлетворения от взаимного общения.
21. Соблюдение временных рамок общения (время приглашения, время ухода, необходимость отдыха и др.).
22. Соблюдение периодичности и непрерывности общения.
23. Обсуждение в общем виде следующих контактов после завершения общения.

Как можно заметить, многие правила светского общения совпадают с общими правилами и принципами речевого этикета. Но следует подчеркнуть, что именно в светском общении основные принципы речевого этикета выявляются наиболее полно и последовательно, и в силу этого умение человека вести светскую беседу во многом характеризует его как человека, обладающего высоким уровнем владения навыками речевого этикета в целом.

Несоблюдение норм светского общения в ситуациях, когда именно закрытое светское общение должно иметь место, рассматривается как грубое нарушение правил культуры общения в данном кругу людей, как неумение себя вести в обществе (ср. поведение Пьера Безухова в салоне А.П.Шерер в самом начале романа «Война и мир»).

Приведем пример английского светского диалога, который очень наглядно демонстрирует основные стороны этого типа общения. Это

отрывок из книги российского журналиста О.Орестова “Другая жизнь и берег дальний”:

“Стремление к респектабельности отражается и на разговорах англичан, особенно с малознакомыми людьми.

Входишь в гостиную, полную людей. Подходишь к хозяйке, встречающей гостей, представляешься.

- О, как приятно встретить русского! Как вам нравится Англия?

Понимаешь, что ей совершенно безразлично, нравится тебе Англия или нет, и отвечаешь невнятно:

- О, да, конечно...

- Как замечательно! Бетси, милая, - обращается она к проходящей мимо знакомой, - познакомься, это мистер Борестон, он русский и ему очень нравится Англия.

Хозяйка ускользает, и ты остаешься перед Бетси, держа в руке стакан с виски.

- О, мистер Коррестор, как вам нравится английский климат?

Замечаешь, что ее глаза шныряют по залу в надежде найти кого-либо, кому можно передать эстафету “любезностей”, и отвечаешь назло:

- Чудесный климат!

- О, впервые это слышу, у вас развито чувство юмора. Джонни, дарлинг, познакомься, это мистер Полистон, как ни странно, он доволен нашим ужасным климатом...

Джонни, выпивший уже три-четыре стаканчика, с трудом различает твое лицо. Он, конечно, не уловил, кто ты и откуда.

- Я не раз ...э...э...э... бывал у вас, во Франции.

- Простите, но я русский.

- О, русский... Э...э...э... Как вам нравится Англия?

Круг завершился, ты снова на исходной точке. С хозяйкой ты увидишься теперь только у выхода, когда она скажет: - Я так рада, что мы познакомились! Было так интересно поговорить о России! Надеюсь, что мы встретимся еще не раз...

Каждый раз после таких вечеров я не знал, смеяться или плакать. Сколько поколений передавали друг другу эти заученные фразы, характеризующие хороший тон в обществе, это умение говорить, говоря ни о чем, так, о чем-то. Казалось бы, тебя не обидели, тебе не сказали ничего плохого, более того, тебя приобщили к респектабельному обществу. А уходишь все же с чувством пустоты, будто разговаривал с восковыми фигурами из музея мадам Тюссо”.

Кстати, рассказывают, как английская писательница Дороти Паркер отвечала на подобном приеме всем, обращавшимся к ней, тоном милой

светской беседы : «Я только что убила топором своего мужа, и у меня все прекрасно», и никто не обратил внимание на содержание сказанного. Главное для ее собеседников было соблюдать правила светского общения, а не вдумываться в содержание разговора.

Закрытое общение – это не только светское. К закрытому общению прибегают также в тех случаях, когда у собеседников очень различается уровень знаний или компетентности: скажем, взрослый с ребенком не будет говорить о серьезных вещах, а только на общие темы, потому что только такие темы понятны ребенку.

Закрытое общение используется также тогда, когда собеседники мало знают друг друга, например, только что познакомились.

К закрытому общению прибегают при общении с неприятным собеседником или врагом – такое общение сводится к обсуждению ограниченного количества тем, причем к обсуждению весьма поверхностному. Переход на закрытое общение в конфликтных ситуациях позволяет прекратить конфликт либо просто уклониться от него.

При *открытом общении* предметная ситуация открыта, можно избирать любые темы, можно выражать свою точку зрения, оспаривать точку зрения собеседника. При открытом общении человек может выразить свою индивидуальность, что исключается при общении закрытого типа. При открытом общении есть взаимная готовность собеседников выслушать друг друга, готовность учесть точку зрения собеседника.

Виды открытого общения: *деловой разговор, беседа с товарищем, приятелем, разговор друзей, влюбленных*. В русском коммуникативном поведении типичный тип открытого общения - традиционный русский *разговор по душам*. Русский человек традиционно стремится к открытому общению и не любит закрытое.

Смешанное общение содержит элементы открытого и закрытого общения одновременно. Такое общение обычно асимметрично (его иногда и называют асимметричным) - один из собеседников ведет себя по правилам открытого общения, а другой в силу тех или иных причин вынужден придерживаться правил закрытого общения. Такая ситуация может быть объяснена асимметричными отношениями собеседников: собеседники могут быть неравноправны в выборе тем, высказывании своей точки зрения, выборе форм выражения мысли в силу разного служебного, профессионального, возрастного или социального положения, пола или других факторов.

Например, смешанный, асимметричный характер носит диалог учитель - ученик, начальник - подчиненный, преподаватель - студент,

врач -пациент, служащий - клиент. Всегда асимметричный характер носит воспитательное общение.

Смешанное общение может возникнуть и чисто ситуативно. Например, ситуация “одностороннего выпрашивания” следовательно-свидетель (ср. знаменитую фразу: “Вопросы здесь задаю я”). Еще один пример смешанного общения - одностороннее предъявление проблемы: один раскрывает проблему в расчете на сочувствие, а другой вынужден слушать и молчать. Крайний вариант такого типа общения - истерическое предъявление претензий одной из сторон.

Необходимо отметить, что люди, как правило, не любят быть ущемленной стороной в рамках смешанного общения, им неприятно быть ограниченными в своих коммуникативных правах - выборе тем, постановке вопросов и т.д., они стремятся к симметричным коммуникативным отношениям, поэтому важным принципом эффективного общения является укрупнение собеседников - объектов коммуникативного неравноправия, скрывание асимметрии в общении путем подчеркивания равноправия собеседников в акте коммуникации.

С другой стороны, ограничение собеседника в «коммуникативных правах» в процессе общения, демонстрация асимметрии (ср. – Можно вопрос? –Нельзя!) придает силу, авторитет тому из коммуникантов, который демонстрирует этим приемом свой более высокий статус.

Асимметричное общение - один из наиболее трудных видов общения.

По свободе выбора партнера разграничивают инициативное и принудительное общение.

Инициативное общение предполагает, что собеседник имеет возможность выбрать в качестве партнера того, кто ему симпатичен, и может не вступать при этом в разговор с теми, с кем ему не хочется. Инициативное общение - это общение с другом, общение в условиях, когда человек идет к кому-либо в гости.

Принудительное общение предполагает, что человек вынужден общаться с кем-либо, независимо от интереса к этому человеку, испытываемых к нему чувств, желания общаться и т.д.

Любопытно, что общение в семье является формой принудительного общения: хотя мужа или жену мы изначально выбираем сами, в дальнейшем они остаются нашими принудительными собеседниками всю жизнь, и мы вынуждены с ними общаться, даже если в какой-то момент нам, может быть, этого и не хотелось бы. А для детей родители - всегда принудительные собеседники, поэтому повзрослевшие дети так и рвутся из дома, чтобы вступить в инициативное общение со сверстниками и уклониться от домашней коммуникативной “принуди-

ловки”. Это необходимо понимать, как и то, что супругам надо выходить за рамки своего принудительного общения друг с другом, которое часто становится раздражающим фактором в семейных отношениях. Надо «выходить в люди», ходить в гости, встречаться с новыми людьми, приглашать гостей к себе. Все это направлено на укрепление и стабилизацию семейных отношений.

По степени проявления личности в общении разграничивают обезличенное и личностное, глубокое общение.

При *обезличенном общении* человек не раскрывает себя как личность, не выступает как индивидуальность, функционируя лишь как некоторая социальная роль – покупатель, клиент, продавец и др. Он не «читает» собеседника, и собеседник не «читает» его – то есть не выделяет его индивидуальные черты, не фиксирует в своем сознании какие-либо отличительные, индивидуальные качества собеседника, просто не обращает на них внимания. Так, к примеру, обычно разговаривают с кассиром в кино, с информатором справочного бюро, с прохожим, у которого узнаем дорогу или номер дома. Полноценным такой вид общения признать нельзя.

Личностное общение предполагает выявление в общении личности человека, проявление интереса к нему как к индивидуальности, выделение его из окружающих. Естественно, степень глубины такого общения может быть весьма различна. Так общаются с другом, новым знакомым, который вам понравился, с любимым человеком.

По продолжительности различают кратковременное и длительное, периодическое и постоянное.

В коллективах и семьях преобладает постоянное общение, общение с попутчиками, в транспорте, в очереди носит кратковременный характер. Длительное общение – это разговор с другом, разговор по душам.

У современного человека длительное общение занимает все меньшую долю в объеме коммуникации, возрастает удельный вес кратковременного общения. Это создает тягу к длительному инициативному общению, которая часто остается неудовлетворенной и переживается многими людьми в психологическом плане достаточно тяжело – “некогда с друзьями встретиться и поговорить”.

Периодическое общение характерно для соседей, продавцов и постоянных покупателей. В семье общение постоянное.

По соотношению формы и содержания разграничивают прямое и косвенное общение.

Прямое общение – это такое, при котором содержание высказывания непосредственно вытекает из содержания употребленных в нем

слов; содержание фразы полностью соответствует ее форме и невозможна другая интерпретация смысла, другое понимание, кроме данного, общепринятого.

При косвенном общении высказывание не понимается буквально, оно содержит некоторый второй план, подтекст, намек, который и составляет истинную цель высказывания, ее истинное коммуникативное содержание. При косвенном высказывании фразу нельзя понимать буквально, необходимо расшифровывать второй план, подтекст. Смысл косвенного высказывания выводится путем некоторой логической мыслительной операции, на основе жизненного опыта воспринимающего, анализа им конкретной коммуникативной ситуации.

Например:

- Закройте окно! - прямое высказывание,
 - Что-то холодно стало... - косвенное (в значении “закройте окно”)
- Этот смысл выводится из высказывания при помощи логической операции, на основе жизненного опыта воспринимающего.

Косвенное общение (то есть широкое использование в общении косвенных высказываний) считается более вежливым (хотя и прямое можно смягчить специальными языковыми средствами - интонацией, словами «пожалуйста», «будьте любезны» и др.). Большинство взрослых предпочитает указания и просьбы получать в косвенной форме.

Понимание косвенных высказываний требует общей культуры, жизненного опыта, знания жизни, понимания причинно-следственных связей между событиями и явлениями, умения делать логические выводы из услышанного, умения распознать и различить интонационные тонкости высказывания. Наконец, необходимо просто иметь навык понимания косвенных высказываний, навык получения логическим путем выводного знания.

Косвенное общение обладает рядом специфических особенностей.

1. Потенциальная многозначность высказывания.

Одно и то же косвенное высказывание может быть интерпретировано по-разному разными людьми. Это зависит от их жизненного опыта, настроения, психического и физического состояния, ситуации, непосредственно предшествовавшей моменту восприятия и многих других фактов.

Предположим, юноша с девушкой гуляют вечером в парке и она говорит: “Что-то холодно стало...”. Юноша может понять это высказывание как просьбу обнять и согреть девушку, но она может оттолкнуть его руку и назвать нахалом: -”Я вовсе не это имела в виду! Я хотела сказать, что пора идти домой!”. Проверить, действительно ли она имела это в виду, невозможно.

2. Зависимость понимания от возраста.

Дети до 11-12 лет не понимают косвенных высказываний, так как у них еще недостаточно сформированы логические механизмы выводного знания и мал жизненный опыт.

Так, детсадовским детям прочитали басню “Стрекоза и муравей”, а потом попросили сказать, с кем бы они хотели дружить. Все дети сказали: “Со стрекозой!”. Когда их попросили мотивировать свой выбор, они отметили, что стрекоза веселая, она поет и танцует, поэтому с ней интересно играть. А муравей только работает, играть с ним неинтересно. И еще он жадный - не дал стрекозе то, что она просила.

Басня имеет отчетливую двуплановость - текст о животных и подтекст о людях. Косвенный смысл текста (подтекст) дети совершенно не уловили. Если учительница скажет первокласснику “Что-то холодно...”, он скорее всего, не поймет, что его просят закрыть окно, и может сказать: ”Если холодно, закройте окно” или “Отойдите от окна, если вам холодно”. Таким образом, дети до 11-12 лет не понимают косвенных высказываний, им нужно говорить все прямо: - Закрой окно! Садись учить уроки! Иди домой! и т.д .

Самостоятельные понятия у детей начинают формироваться в возрасте 11-12 лет, и именно в этом возрасте дети начинают понимать, что прямые указания типа “ Придешь к 9 вечера!”, “Садись учить уроки!” и др. - грубые. Дети начинают отвергать их. Взрослые часто жалуются, что в этом возрасте дети начинают грубить. Так вот, если быть объективным, это не дети начинают грубить, а взрослые: ведь именно взрослые продолжают употреблять бесцеремонные указания, которые уже вызывают естественное отторжение детей. Родители должны понимать, что в этом возрасте в общении с ребенком надо переходить на общение косвенное, как со взрослыми - он уже вырос и оттенки вежливости стал понимать.

3. Зависимость понимания от жизненного опыта.

Чтобы правильно понять косвенный смысл высказывания, необходимо иметь опыт анализа аналогичных предметных ситуаций, иметь общие фоновые знания относительно типовых ситуаций. Без таких знаний, к примеру, мы бы не поняли диалог из повести В.Алексеева “Бега”, в котором описывается завершение курортного романа в Крыму, где героиня по имени Карина приходит к хозяйке своего партнера:

«Карина дважды прогулялась вдоль виноградной беседки. Бурчалкина там не наблюдалось. Тогда Карина зашла к хозяйке и завела с ней несколько туманный, но вполне понятный обоим разговор.

- Красивая у вас беседка,- сказала она, поглядывая в окно.

-Кто ж его знает, - сказала хозяйка. - Он ведь сегодня не ночевал.

- В Сочи веселее, но плохой пляж, - сказала Карина раздраженно.
- Может еще и вернется, - сказала хозяйка.
- Но кампания там замечательная. И потом гора Ахун...
- Да, он парень видный, - согласилась хозяйка.
- Если будете в Москве, заходите, - сказала Карина. - Обязательно.

Вот адрес и телефон.

- Хорошо, я ему передам, - сказала хозяйка и сложила записку вчетверо».

Не имея достаточных фоновых знаний, ни мы бы ничего не поняли в этом тексте, ни беседовавшие женщины не смогли бы достичь взаимопонимания. Но эти знания у них и у нас есть, поэтому общение оказывается эффективным.

4. Зависимость понимания от пола.

Любопытно, что женщины гораздо лучше мужчин понимают смысл косвенных высказываний. Они более наблюдательны к речи собеседника, у них более развитый звуковысотный слух (они различают гораздо больше оттенков интонации, чем мужчины), поэтому лучше понимают косвенные высказывания.

При этом женщины нередко способны уловить в речи собеседника (особенно собеседника-мужчины) такой смысл, который он вовсе не собирался передавать, и женщина при этом будет убеждать мужчину, что она его прекрасно поняла, что он не должен считать ее дурой. Доказать женщине, что мужчина совсем не имел тот или иной намек в виду, как правило не удастся, поскольку коммуникативное намерение можно обнаружить и дешифровать только в момент речи, с учетом всего контекста и ситуации, а “разборки” после высказывания ясности внести не могут.

5. Зависимость понимания

от непосредственно предшествовавшего опыта

Понимание смысла косвенного высказывания сильно зависит от непосредственно предшествовавшей высказыванию ситуации, настроения собеседников, предметных действий, совершаемых или только что совершенных ими, непосредственных мыслей и др.

Так, вопрос жены «Как дела на работе?» мужчина может понять так: «Как она пронюхала про Кэтрин?» (английский юмор, ЛГ, 21.5.85). Другой пример - юноша собирается на дискотеку, и мать ему говорит: “Желаю тебе как следует повеселиться!”, на что он с раздражением отвечает: «Почему ты всегда указываешь мне, что я должен делать?»).

Есть коммуникативные ситуации, в которых показано косвенное общение. Это прежде всего - небольшие коллективы, условия длитель-

ного общения между людьми. Косвенное общение должно преобладать при руководстве коллективом, особенно на начальном этапе его формирования, при обсуждении и решении коллективных задач. У руководителя в речи должны преобладать косвенные указания. Исследования американских ученых показали, что руководители - тираны до 60% указаний отдают в прямой форме, а руководители - демократы - только 5%.

В некоторых же коммуникативных ситуациях косвенное общение малоэффективно, а иногда и просто противопоказано. Не следует отдавать косвенные указания тем, кто обязан выполнять любое ваше распоряжение (например, начальник не должен говорить секретарше “не могли бы вы напечатать...”), он должен распоряжаться вежливо, но прямо. Косвенные распоряжения неприменимы в армии - из-за их многозначности, возможности противоречивой интерпретации, неправильного понимания подчиненными. Косвенное общение неприменимо в аварийных, экстремальных ситуациях, где надо распоряжаться быстро, кратко и однозначно. Косвенно нельзя общаться с маленькими детьми.

Суммируя условия правильной интерпретации косвенных высказываний, укажем на необходимость соблюдения следующих требований:

- оба собеседника должны понимать, что общение косвенное,
- оба собеседника должны иметь навык интерпретации косвенных высказываний,
- оба собеседника должны иметь сопоставимый жизненный опыт.

Если эти условия не удовлетворяются, эффективнее использовать прямое высказывание, то есть “говорить прямо”.

Пониманию косвенных высказываний, подтекста в художественном тексте надо учить (ср. постановку вопросов типа “Что он этим хотел сказать?”, “Что этим хотел сказать автор?”), направленных на выявление косвенного смысла высказывания, текста.

Пределом “глубины” косвенного высказывания является принимаемый какими-либо сторонами словесный пароль: - Здесь продается славянский шкаф? (“Я свой) - Шкаф продан, осталась никелированная кровать с тумбочкой (“Я тоже свой»). В этой ситуации смысл фраз никак нельзя вывести из их содержания, необходимо обоюдное знание предварительных условий установления пароля. Именно это делает пароль эффективным средством узнавания “своего”.

Ср. шуточную ситуацию незнания пароля и использования в этой функции самого слова “пароль”.

- Стой, кто идет?
- Я.

- Скажи пароль.
- Пароль!
- Проходи.

В данной ситуации слово пароль выступает не в косвенной функции, а в прямой, противоречащей самому назначению пароля, что и вызывает комический эффект.

3. Функции общения

Функции общения в современном обществе разнообразны. Можно выделить следующие функции (Б.Д.Парыгин):

социальные - связанные с потребностями общества в целом,

социально - психологические (связанные с общественными потребностями личности),

индивидуально-психологические (связанные с индивидуальными потребностями личности).

Кроме того, нельзя не указать и на *биологические функции* общения, связанные с реализацией потребности личности к выживанию, самосохранению (эта функция осталась у человеческого общения в качестве наследия от языка животных) - сигналы бедствия, привлечения внимания, опасности, призыв о помощи, просьба о предоставлении пищи и пр. Общение у животных выполняет чисто биологические функции, в то время как у человека – еще и социальные, социально-психологические и индивидуально-психологические.

Социальные функции общения

Социальные функции общения связаны с потребностями общества в целом.

Язык возник в обществе для выполнения прежде всего социальных функций. Эти функции таковы.

Функция обмена информацией

Язык функционирует в обществе как *средство обмена информацией* для совместного труда, средство координации деятельности членов общества, средство управления совместной деятельностью.

Функция передачи знаний

Общение выполняет *функцию передачи знаний, опыта, способов действия*, оно является инструментом передачи опыта: можно рассказать о том, как что-то надо сделать. С изобретением 6 тыс. лет назад письменности эта функция приобрела особую важность: стало возможным записывать способы действия, знания и передавать их от

поколения к поколению в отчужденной форме. На этой функции общения основано обучение – рассказ учителя ученику.

Функция оценки деятельности человека

Общение выступает как *средство оценки деятельности человека*; в общении друг с другом люди узнают, как оценивается их деятельность обществом.

Функция формирования норм

Общение выступает как *средство формирования норм общественного поведения*. В общении люди сообщают друг другу о принятых в обществе, в той или иной социальной группе нормах поведения, фиксируют и обсуждают отклонения от этих норм. В общении формируется общественное мнение о поведении отдельных общественных групп и отдельных членов социума и оценивается это поведение. Общественное мнение - это “ходящие” в обществе оценки деятельности его членов.

Функция подавления агрессии

Еще З.Фрейд доказывал прямую связь между явлением агрессивности человека и отсутствием общения: общество становится враждебным человеку, когда он теряет контакт с людьми. Особенно болезненно это переживают подростки и дети, и в результате как оборотная сторона страха перед обществом возникает агрессия.

Агрессивное поведение можно предотвратить общением: начать разговаривать с хулиганом, перевести агрессию в общение, дать собеседнику поругаться, выговориться, излить эмоции, посочувствовать ему, признать справедливость его обиды и т.д.

Социально -психологические функции общения

Эти функции связаны с реализацией общественных потребностей отдельной личности. Это следующие функции.

Функция коммуникативного самовыражения личности, коммуникативной самореализации

Человеку необходимо, чтобы обществу было известно о его взглядах, мнениях, позиции по тому или иному вопросу. Общение выступает средством такой коммуникативной самореализации - человеку нужно, чтобы его выслушали, его мнением заинтересовались, поняли его позицию - это ему приятно, доставляет положительное психическое переживание.

Лишение возможности сообщать свои мнения другим может очень переживаться и приводить к тяжелым последствиям для личности, особенно в пожилом возрасте. Потребность писать мемуары, желание

выступать перед молодежью определяется у пожилых людей необходимостью реализации именно названной выше функции общения - функции самореализации личности.

Человеку хочется, чтобы с ним поздоровались, к нему подошли, проявили вежливость, внимание, выделили из других, спросили его мнение, обратились за советом и т.д. Общение удовлетворяет эту потребность.

Э.Берн писал, что человек в общении удовлетворяет жажду ощущений и жажду признания, он получает символические «поглаживания» от других.

Функция отождествления себя с группой

Человеку необходимо общаться с себе подобными, и прежде всего - с людьми, которых он считает людьми своего круга (клубы по интересам, различные артистические и профессиональные “тусовки”, группы женщин и пожилых людей у подъездов и во дворах домов, старики в парках на лавочках, молодежные группировки и др.).

Людям нужно поговорить со “своими”, чтобы продемонстрировать, подтвердить свою принадлежность к группе, показать, что я “свой” и по-прежнему нахожусь в группе. Многие правонарушения совершаются подростками из-за того, что у них нет совместной деятельности – они собираются в группы для общения, и от нечего делать совершают правонарушения. Человеку определенное время в течение дня необходимо общаться с другими людьми.

Земляки обычно держатся вместе, знакомые, встретившись в новом для себя месте, должны переговорить друг с другом, представители одного учреждения – тоже. Это А.Брудный назвал синдикативной функцией – сплочение больших и малых групп в процессе общения.

Функция противопоставления себя какой-либо группе

Ведя себя строго в соответствии с некоторыми групповыми правилами, человек показывает, что он - из другой группы (ср. например, вызывающее поведение подростка во взрослой компании).

Функция познания людьми друг друга

Через общение люди составляют впечатление друг о друге, выделяют дифференциальные черты, индивидуализируют друг друга. Для того, чтобы получить эмоциональное впечатление о человеке, сформировать к нему эмоциональное отношение, оценить его личностные, человеческие качества, с ним необходимо поговорить. По некоторым данным (А.Пиз) до 80% впечатлений о человеческих качествах личности мы получаем через анализ ее невербального поведения, а для этого надо с этим человеком вступить в общение, понаблюдать за ним в процессе общения.

Функция формирования и развития межличностных отношений

Общение выступает средством формирования определенных отношений между людьми - деловых, официальных, дружеских.

Как служебные, так и личные отношения людей во многом определяются характером их общения. Все члены общества должны общаться между собой, чтобы поддерживать и развивать те или иные социальные отношения, их объединяющие.

Функция распределения времени

Человек в обществе проводит время двумя способами – в деятельности и в общении. Общение, таким образом, это одна из форм жизнедеятельности человека.

Для общения в обществе отводится специальное время, и это время должно проводиться людьми именно в общении. Общение предусмотрено культурой после процедуры знакомства, при совместной деятельности, при встрече знакомых, в гостях и др. Общение предусмотрено, чтобы занять соответствующее время в перерывах между актами деятельности или при сопровождении определенных видов деятельности (например, застолья, свидания).

Неумение реализовать данную функцию общения часто наблюдается у молодежи – юноша и девушка, познакомившись друг с другом, не знают, о чем разговаривать и молча лузгают семечки («Он молчал, а я слушала»).

Паузы в общении, особенно в русском, труднопереносимы: у россиян за столом не принято молчать («неловкая пауза»), не принято молчать, находясь вместе. Принято, чтобы попутчики разговаривали друг с другом. Мы иногда думаем о человеке: «О чем мне с ним разговаривать?», «Мне с ним не о чем разговаривать» - это свидетельство осознания нами у общения функции распределения времени.

Индивидуально-психологические функции общения

Эти функции общения связаны с удовлетворением человеком его сугубо индивидуальных потребностей – потребностей его как конкретной личности, как социального и биологического индивида.

Функция формирования сознания

Общение необходимо человеку для формирования его сознания. Дети, воспитанные животными и не овладевшие языком, оказавшиеся за рамками естественного человеческого общения, оказываются умственно неполноценными. В Домах младенца дети хуже умственно развиваются, чем их сверстники в нормальных семьях, поскольку таких детей фактически только кормят, поят и одевают, но мало с

ними общаются. Усыновленный же ребенок быстро “набирает” общение и догоняет сверстников по умственному развитию.

В процессе общения человек получает, накапливает и корректирует знания, через общение он получает образование.

Функция поддержания функций сознания

Общение необходимо человеку для поддержания функционирования сознания, для поддержания устойчивого функционирования психики.

Люди, оказавшиеся в изоляции и лишённые человеческого общения (например, в необитаемой местности), быстро начинают заговариваться, разговаривать сами с собой, у них наблюдаются признаки психической деградации. То же самое происходит с одинокими, забытыми всеми людьми, к которым никто не приходит, с которыми никто не разговаривает.

Полноценное межличностное общение способно поддерживать психическое здоровье человека долгие годы.

Функция поддержания работоспособности, эмоционального равновесия

У людей, ведущих замкнутый образ жизни, (полярников, космонавтов, промысловиков), отсутствие достаточного общения ведет к снижению интереса к работе, перепадам настроения, неустойчивости предпочтений. Людям необходимо общение, приток впечатлений; новые собеседники. “Экипажи посещения” на космической станции в числе других преследуют и эту цель. Существует специальная служба психологической поддержки космонавтов.

Функция поддержания физического здоровья

Общение необходимо для поддержания физического здоровья человека. Общение оказывает укрепляющее, оздоравливающее влияние на больных, ослабленных, перенесших горе людей. Правильно говорят: если после визита врача больной не почувствовал себя лучше, значит, это был плохой врач.

Люди, оставшиеся одинокими, чаще болеют, у них ухудшается настроение, снижается мышечная активность, ослабляется психика. Выход на пенсию с утратой старых связей часто ведет к болезням людей. Одинокие люди становятся мнительными, концентрируются на своих недугах. Этого, как правило, не наблюдается в столь заметной степени у тех, кто имеет регулярную возможность общаться с другими людьми.

Люди, имеющие возможность регулярно общаться с другими, меньше болеют, легче переносят болезни и дольше живут. Больные скорее выздоравливают, если их навещать и разговаривать с ними.

Проводили опыт: две группы крыс росли в одинаковых условиях, но одну группу гладили по спинке, что им очень нравилось. Эти крысы выросли крупнее, сильнее и менее подверженными заболеваниями. Так и человек: доброе отношение оказывает укрепляющее воздействие на ребенка, такое же воздействие оно оказывает и на взрослого человека. Человек в окружении других людей меньше болеет, выше процент излечения от тяжелых болезней (даже таких, как лейкемия). Больные быстрее выздоравливают, если их навещать, разговаривать с ними, интересоваться ими, выслушивать их.

В Домах младенца, как мы уже отмечали, дети, оставленные родителями, медленнее растут, хуже говорят – с ними никто не общается, не ласкает их. Будучи усыновленными, они сразу начинают лучше развиваться.

Замечена такая закономерность – общительные люди более подвижны физически, и наоборот – неуклюжие часто испытывают трудности в общении: налицо прямая связь между общительностью человека и некоторыми его физическими характеристиками.

Функция усиления психических процессов

Общение способно усилить переживаемые человеком психические состояния. Так, групповое эмоциональное общение приводит к запуску механизма «заражения», что приводит к усилению переживаемого ликования, радости или паники, страха, повышает восприимчивость психики к усвоению информации (во времена нацизма членам гитлерюгенда предписывалось коллективное прослушивание записанных на пластинку или передаваемых по радио речей фюрера). Толпа может и наоборот, отключить рациональное понимание у людей (паника, страх).

Общение как базовая потребность человека

Существует точка зрения, что в современном обществе общение вошло в число так называемых базовых потребностей человека, то есть в число потребностей, удовлетворение которых необходимо для самой жизнедеятельности человека - таких, как потребность в пище, воде, тепле, кислороде.

4. Тенденции развития современного общения

Общение в современном мире претерпевает значительные изменения. Особенно заметными эти изменения стали во второй половине двадцатого века, и это не случайно. Многие изменения в общении связаны с социально-психологическими изменениями в обществе,

вызванными влиянием научно-технического прогресса, научно-технической революции. Центральным понятием, позволяющим объяснить эти изменения, является понятие персонификация личности (персона (греч.) – личность), выдвинутое известным советским ученым Б.Д.Парыгиным.

Персонификация личности - это рост индивидуальной неповторимости, непохожести человека на других людей.

С развитием прогресса человек становится все более свободным, самостоятельным, все больше становится личностью. Это и есть персонификация личности:

«Персонификация это целый комплекс тенденций изменения и развития личности, который включает себя процесс ее духовного обогащения, рост ее самосознания, развертывание ее духовного потенциала. Она проявляется и в наличии развитых потребностей личности: познавательных (потребность в познании и развитии самопознании), коммуникативных (потребность в духовном общении, понимании и признании), конструктивных (потребность в само выражении, самоутверждении и творческой деятельности). Безусловно, этот процесс имеет своей основой освоение личностью требований социальной среды ее включение в систему социальных отношений и определяется в конечном счете характером последних. Это значит, что персонификацию можно рассматривать как двусторонний процесс социализации индивида и индивидуализации личности. Обе стороны этого процесса находятся друг с другом в диалектической взаимосвязи и взаимозависимости» (Б. Д. Парыгин. Научно-техническая революция и личность. М., 1978, с. 97 -- 98).

Причины персонификации личности - в совершенствовании быта и отдыха людей, увеличении предметного мира, а следовательно и знаний о нем, расширении контактов людей друг с другом. Люди становятся все более непохожими друг на друга, что приводит к целому ряду последствий в их жизни. Основные проявления персонификации личности обнаруживаются в следующем.

- Растет образованность людей, повышается средний уровень культуры.
- Развиваются потребности каждого человека, каждому человеку теперь надо все больше и больше, и он хочет достичь всего все быстрее и быстрее.
- Формируются способности к выбору ценностей, принятию самостоятельных решений. Человек все более стремится к тому, чтобы иметь возможность принимать решения самостоятельно, без подсказки, указаний, давления со стороны.

- Растет чувство собственного достоинства у всех категорий людей.
- Растет уровень притязаний личности. Человек начинает претендовать на то, на что раньше и не думал претендовать.
- Увеличивается тяга к обновлению впечатлений. Люди стремятся к поездкам, путешествиям, нуждаются в новой и постоянно обновляющейся информации.
- Растет мобильность личности. Люди перестают держаться за одну работу, за одно местожительства, легче меняют работу и место проживания, легче совершают переезды.
- Растет взаимная требовательность людей в коллективе, семье.
- Уменьшается время, проводимое людьми в семье, возрастает время, проводимое за ее пределами, на работе, на дополнительных «подработках».
- Увеличивается дистанция между поколениями, между родителями детьми, между старшими и младшими.
- Увеличивается число микрогрупп в коллективах, число объединений людей по групповым интересам.

Персонификация личности оказывает большое влияние на характер общения людей в обществе. Перечисленные выше социально-психологические последствия персонификации приводят к значительным изменениям в характере общения людей в семье, в коллективах, с незнакомыми людьми. Назовем некоторые, наиболее заметные из этих изменений.

- Расширяются сферы общения людей. Люди теперь могут общаться друг с другом по гораздо более широкому кругу проблем, чем, скажем, в 40-50-х годах прошлого века.
- Время общения с интересующими человека людьми неуклонно сокращается. Много времени отнимает работа, транспорт; у человека возникает постоянное ощущение того, что на общение с друзьями и знакомыми времени не остается. В результате длительное общение с одним человеком, даже другом, становится редким и непривычным, и в конечном итоге длительного общения с одним человеком современный человек уже не выдерживает, такое общение его начинает раздражать.
- Увеличивается удельный вес кратковременных, поверхностных речевых контактов с людьми. Люди отучаются произносить более или менее длительные монологи.

- Наблюдается тенденция к сокращению общения с людьми за счет увеличения «общения» со средствами массовой коммуникации (ТВ, газеты, кино, видео).
- Развивается тенденция к уклонению от общения вследствие перегруженности современного человека общением в течение дня. Люди устанут даже от созерцания других людей. Контакт (психологический) считается установленным, если человек различил лицо другого человека. В таком городе как Санкт-Петербург, человек, съездивший на работу, устанавливает за день контакт минимум с 10 тысячами людей. Отсюда и стремление уклониться от общения по возвращении домой.
- Сокращается принудительное общение в быту (ликвидируются коммунальные квартиры, люди получают постепенно отдельное жилье).
- Увеличивается принудительное общение в семье: в отдельной квартире люди неделями видят только друг друга.
- Сокращается принудительное общение по месту жительства, но увеличивается принудительное общение по месту работы, труд становится все более коллективным и работнику приходится вступать в общение по делам службы со все возрастающим числом коллег; результат его деятельности во все возрастающей степени зависит от результатов согласованной и эффективной деятельности других.
- Сокращается до минимума общение с соседями, особенно в многоквартирном доме: исследования социологов показывают, что в большом доме обычно жильцу известны 5 соседей в лицо, 3 - по имени и фамилии, 2,5 - по месту работы, 2,2 - с моральной стороны. Остальные люди остаются мало или совсем неизвестными.
- Увеличивается общение в сфере обслуживания, увеличивается доля контактов “по поводу приобретения”.
- Растет обезличенность общения, увеличивается число ситуаций, в которых люди общаются, не “читая” друг друга, не знакомясь, не вступая в личные отношения (общение заменяется информационным обменом).
- Наблюдается тенденция к сокращению общения с родственниками, друзьями, сокращение приема гостей.
- Накопление информации начинает занимать больше времени, чем ее обсуждение. Люди смотрят, фильмы, читают газеты, слушают радио, но меньше обсуждают с другими то, что при этом узнают.

- Увеличивается доля эмоционального общения в общем объеме коммуникации. Часто общение приобретает форму кратковременных эмоциональных всплесков.

- Расширяется сфера устной речи. Люди все меньше пишут друг другу, все больше дел делается по телефону или в устном общении. Падает культура письменной речи, ухудшается грамотность. Увеличивается доля телефонного общения и общения с помощью средств современной связи (факс, мобильный телефон, электронная почта, интернет) в общем объеме общения.

- Сокращается инициативное общение, то есть такое, при котором человек сам выбирает себе собеседника и может в разговоре свободно проявить себя, свою индивидуальность. При этом увеличивается доля ролевого, принудительного, официального, фатического общения.

Указанные тенденции, список которых далеко не исчерпывается упомянутыми выше, приводит к выводу о том, что персонификация объективно ведет к усложнению общения между людьми, к росту затруднений в межличностном общении.

Тенденция личности к персонификации - устойчивая тенденция, обнаруживающаяся в любом цивилизованном обществе, подтверждаемая самой логикой развития цивилизации. Персонификация личности в обществе будет развиваться и дальше, каждый член общества будет объективно становиться все более непохожим на других, а это значит, что будут возрастать трудности взаимопонимания. Следовательно, объективно будут возрастать опасность конфликтов, опасность обострения отношений между людьми во всех сферах - в коллективе, в семье, в межличностных и дружеских связях.

Увеличение разводов во всем мире - это одно из следствий персонификации.

Конфликтность во многих производственных коллективах - тоже следствие персонификации.

Отсутствие у многих людей подлинных друзей при увеличении количества знакомых и приятелей - тоже следствие персонификации, равно как и растущее одиночество людей в мире, особенно людей незаурядных, талантливых (то есть высоко персонифицированных).

Всплески агрессивности, нетерпимости людей друг к другу - тоже отражение процессов персонификации.

Таким образом, многие трудности современной жизни, осложнения в межличностных отношениях могут быть объяснены персонификацией личности в современном обществе.

Учитывая, что процесс персонификации личности - объективный процесс развития личности в современном обществе, можно прийти к неутешительному выводу: магистральная тенденция развития общества ведет к усложнению общения людей, к затруднениям в межличностном общении. Поскольку персонификация личности будет происходить и дальше, трудности в межличностном общении будут в обществе возрастать. Есть ли из этого положения выход?

Выход только один: персонифицированным личностям необходимо учиться общению друг с другом. Если люди не научатся общаться друг с другом в духе уважения и толерантности, конфликты, нетерпимость, агрессия, бескультурье в обществе неизбежны.

Б.Д.Парыгин пишет в уже цитировавшейся нами книге:

«Разумеется, рост чувства собственного достоинства, индивидуального самосознания, потребности в адекватной оценке своих особенностей и достоинств - все эти признаки персонификации личности отнюдь не порождают сами по себе трудности, напряженность взаимоотношений, конфликтные ситуации. Однако тенденция односторонней персонификации личности, означающая рост требовательности по отношению к другим и недостаточную критичность в отношении себя, если эта тенденция не сопровождается ростом социально-психологической культуры человека, культуры общения, восприятия и понимания других людей, может повлечь за собой недостаточное понимание людьми друг друга в процессе общения, их эмоциональную неудовлетворенность друг другом. Культура человеческих отношений - весьма существенный фактор интеграции, а следовательно, и эффективной совместной деятельности людей. Культура общения с людьми, их понимания не дается человеку от рождения, она может стать прочным достоянием лишь при условии совершенствования, воспитания его в этом направлении, создания для этого соответствующих предпосылок» (с. 113).

Таким образом, потребность формировать культуру общения в обществе вытекает из самой логики развития современной цивилизации, и эта потребность неизбежно возникает на определенном уровне развития общества. Еще раз подчеркнем мысль Б. Д. Парыгина о том, что культура общения - это фактор интеграции людей. Именно такой интеграции не хватает сейчас нашему обществу, чтобы найти приемлемый выход из кризиса, в котором наше общество оказалось на этапе реформ.

5. Восприятие человека человеком в общении

Когда люди общаются друг с другом, у них возникают взаимные оценки, мнения друг о друге, которые в дальнейшем могут серьезно влиять на их дальнейшее общение, взаимоотношения, совместную деятельность и даже совместную жизнь. Люди могут друг другу понравиться, не понравиться, а могут на какое-то время остаться равнодушными друг к другу, даже не заметить друг друга.

Существуют особые психологические механизмы, которыми люди пользуются, когда составляют впечатление друг о друге, воспринимают друг друга в процессе общения и вообще - социального взаимодействия.

Люди судят друг о друге по внешности, речи и поведению.

Огромное значение имеет первое впечатление о человеке – есть данные, что 90% впечатления о человеке формируется у нас в первые 90 секунд общения с ним. При этом формируется первое впечатление очень быстро и легко, а вот изменяем мы мнение о человеке очень неохотно.

Физиогномическая редукция

Психологи установили, что при восприятии человеком внешности другого человека действует механизм, который назвали *физиогномическая редукция*. Этот научный термин (обратите внимание, что он происходит от названия науки о внешности - физиогномики, а не от слова физиономия) обозначает свойство людей практически без всякого участия сознания, без всяких усилий с их стороны судить по внешности, по зрительно воспринимаемым чертам человека о его внутренних качествах и характере. Физиогномическая редукция - *это суждение о человеке по его внешности*.

Мы судим о человеке по его глазам, ушам, лбу, волосам, улыбке, походке, рукопожатию и многому другому. Так, твердый подбородок часто означает для нас решительность, высокий лоб - ум, полные губы - доброту, тонкие губы - злость и т.д. Никто из нас не измеряет высоту лба другого человека, чтобы соотнести ее с его умом - такие представления каждый человек получает в том или ином обществе в готовом виде - из фольклора, традиций, шуток, песен, устных преданий, афоризмов, рассказов других людей.

В каждой стране физиогномические представления различаются: так, у вьетнамцев, например, большой рот у мужчины означает ум, чего нет в русской культуре. Физиогномические представления национальны, причем представления одного народа могут не «сработать» при анализе внешности представителей других народов: например, мы

видим, что все русские лица разные, и вместе с тем для нас японцы и китайцы на одно лицо, в то время как для них - все европейцы на одно лицо, отличительные признаки европейских лиц азиатами выделяются с трудом.

К суждениям по внешним признакам надо относиться с осторожностью, но несомненно, что определенные закономерности здесь есть и люди широко пользуются механизмами суждения по внешности для того, чтобы составить первое впечатление о человеке.

Социальная категоризация

Социальная категоризация, или просто категоризация - это отнесение человека к определенному типу, классу, категории - мужчина, женщина, ребенок, взрослый, русский, иностранец, коренной житель, приезжий, бедный, богатый, умный, глупый и т.д..

У нас в сознании есть набор “клеточек”, своеобразная категориальная сетка с названиями категорий людей, и мы, встретив нового человека, пытаемся сразу посадить его в ту или иную клеточку с надписью - “умный”, “хитрый”, “ленивый”, “красивая” , «растяпа», «крутой», «эгоист», «фифа», «подлиза», «миляга», «добряк» и т.д. и т.п..

Мы часто ощущаем беспокойство, если сразу не можем найти для нового знакомого подходящую клеточку в своем сознании - говорим, “не пойму, что он за человек”. Подобно физиономической редукции, мы, при первом впечатлении посадив своего собеседника в найденную нами для него клеточку, очень неохотно пересаживаем его в другую, даже если для этого уже есть достаточно много оснований – к примеру, если мы определили своего собеседника как эгоиста, и уже несколько раз видели примеры того, что он не эгоист, мы стараемся его все-таки подольше подержать в клетке для эгоистов – говорим: «и все-таки он эгоист, я помню, как он...» – и припоминаем ему его первый поступок, который позволил нам категоризовать его как эгоиста.

Количество клеточек в категориальной сетке конкретного человека может быть очень различным – от нескольких десятков и даже сотен до нескольких, и даже до двух – хорошие люди и плохие. Объективный человек – это тот, у кого много клеточек, и который не стесняется «пересаживать» людей из одной клетки в другую или держит одного и того же человека в нескольких клетках одновременно. Субъективный человек - у которого две клетки – хорошие и плохие люди. Таковы дети: купил игрушку – значит хороший, не купил – плохой, играешь с ним – хороший, не играешь – плохой, опять стал играть – опять хороший. Поэтому у детей то любовь, то драка, то опять любовь друг к другу. Аналогично у людей с низким интеллектом, недостаточным культурным уровнем, примитивным мышлением. У алкоголиков – как

у детей: налил водки – хороший, не налил – плохой, налил – опять хороший. Вместе пьют, потом дерутся, потом опять пьют, потом опять дерутся... Это – следствие крайне примитивного механизма социальной категоризации, сложившегося в их сознании. Культура человека заключается в умении объективно оценивать своих окружающих, то есть в сформированности большого количества категорий в его сознании.

Важно отметить, что социальная категоризация в своей основе изначально оценочна – все клеточки делят людей на плохих и хороших, которые нравятся и не нравятся и т.д. Механизм оценки задан человеческому сознанию априорно. Известен эксперимент американского психолога Г.Хартли, который опрашивал американцев на улицах, как они относятся к данирейцам – и нашлись люди, которые их терпеть не могут, хотя такого народа в природе не существует. Новый человек в коллективе, как показали исследования, не оцененный может ходить не более трех дней.

Оценочная шкала каждого человека чисто субъективна, мы судим о людях преимущественно по их отношению к нам. Немецкие исследователи В.Зигерт и Л.Ланг в своей книге «Руководить без конфликтов» справедливо отмечали: «Да там одни идиоты... Такое можно часто услышать в трамвае, когда ведется «неофициальный» рассказ о контактах с учреждениями, конторами и т.п. «Идиоты» сидят там потому, что они не поняли того, с чем к ним, собственно, и приходил посетитель. «Там такая милая девушка» – такой может быть реплика человека, который ощутил себя полностью понятым. Вполне может оказаться, что «идиот» и «милая девушка» по существу выдали одну и ту же информацию» (с.150).

Мы вообще используем в своей практике мало оценочных признаков. По некоторым подсчетам, в русском языке более 2000 оценивающих человека слов, в то время как в большинстве случаев мы используем 10-20, а то и меньше. Нужно всегда помнить, что для оценки человека нам всегда бывает достаточно нескольких признаков, особенно при физиогномической редукции (подбородок вверх –задавка), но это всегда упрощение, способ запомнить, «пометить» человека в своем сознании. Любой человек всегда сложнее той словесной характеристики, которую мы ему приписываем, определяя его в соответствующую категориальную клеточку.

Положительная оценка человека, привязанность к нему, как показывают наблюдения и исследования, очень часто бывает мало связана с его реальными качествами. Ср.: «нравится, и все – не спрашивайте почему», «любовь зла – полюбишь и козла», «они сошлись – вода и

камень, стихи и проза, лед и пламень...», «за что он ее любит?», «что она в нем нашла?», «как можно с таким (такой) жить?» и многочисленные подобные высказывания-недоумения свидетельствует об одном – аттракция субъективна, основана часто на случайных признаках или на признаках, важных только для одного конкретного человека.

Традиционно критически оценивают подчиненные начальника – он всегда под микроскопом подчиненных: «Приедет на работу вовремя, говорят: «Ишь, прибежал спозаранку, хочет нам глаза втереть». Придет поздно – скажут с иронией: «начальство не опаздывает, оно задерживается». Спросит: «Как жена, как дети?» – сует нос не в свое дело. Не спросит – скажут: «Ну и черствый же человек!» Поинтересуется: «Какие есть предложения?» - уже шепот: «Сам никаких не имеет». Не спросит: «К голосу коллектива не прислушивается». Решает вопрос быстро – тороплив, не хочет думать. Решает медленно – нерешителен, перестраховщик. Требует новую штатную единицу – раздувает штаты. Скажет: «Справимся своими силами» – недоволенны, на наших костях хочет выехать. Обходится без указаний сверху – вольнодумствует. Выполняет указания точно – старый бюрократ. Начнет шутить – острят: «Без щекотки не засмеешься». Не шутит – ворчат: «Хоть раз видели на его лице улыбку?». Держится по-дружески – хочет втереться в доверие. Держится обособленно – сухарь, зазнайка. Дела идут хорошо - в конечном счете это мы работаем. Снимают за невыполнение плана – поделом, он один виноват» (В.А.Кан-Калик. Грамматика общения).

Объективность оценки собеседников предполагает отказ от «гастрономического подхода» - *нравится, не нравится*, использование всего потенциала социальной категоризации, которым располагает человек.

Групповая идентификация

Групповая идентификация или самоидентификация - это решение человека, к какой группе отнести себя, в какую клеточку себя поместить в своем собственном сознании. Легко отнести себя к мужчинам или женщинам, к школьникам или студентам, к горожанам или селянам, труднее отнести себя к глупым или умным, порядочным или непорядочным, красивым или некрасивым.

Социальное сравнение

Социальное сравнение - это сравнение себя как члена группы с членами других групп. Это осознание противопоставления МЫ и ОНИ. Мы выявляем, чем МЫ отличаемся от НИХ: например, мы русские, они нет, мы живем в Северном районе, а они в центре, мы болеем за “Факел”, а они -за “Спартак” и т.д. При сравнении выявляются различия между людьми.

Межгрупповая дискриминация

Межгрупповая дискриминация (различение) - это вывод человека о преимуществе группы, к которой принадлежим МЫ. Такой вывод позволяет человеку усилить свое ощущение значимости, развивает чувство гордости за принадлежность к группе. Межгрупповая дискриминация усиливается в условиях конкуренции групп, соревнования между ними и особенно в условиях победы одной группы над другой и может вести к столкновениям национального, социального и просто группового характера (ср. драки болельщиков победившей и проигравшей команд после футбола).

Этологи (специалисты по поведению животных) установили, что наиболее сильно преувеличиваются именно незначительные различия между видами – это имеет сугубо эволюционно-биологическое значение (чтобы сохранить вид как таковой), у людей это явление является проявлением биологического в их поведении, и с этим необходимо бороться. Именно межгрупповая дискриминация может стать и, к сожалению, нередко становится основой социальной нетерпимости, расизма, агрессии к непохожим на тебя людям.

Стереотипизация

Стереотип - это устойчивое мнение о ком- либо или чем-либо. Стереотипизация – это образование и использование стереотипов в мыслительной деятельности.

Существуют национальные, профессиональные, гендерные, возрастные, территориальные, социальные стереотипы и т. д. - то есть стереотипы, характерные для сознания определенной профессиональной, возрастной, гендерной, национальной, социальной группы, определенной территории. Такие стереотипы могут не совпадать с общенациональными.

Типичная стереотипизация заключена во фразе - “они все такие”: ученые умны, рассеяны, далеки от повседневной жизни; студенты ленивы, и в то же время они веселые, оптимисты, любят выпить, всегда не готовы к экзамену; офицеры решительны, честны, благородны; молодые девушки ветрены; все мужчины обманщики; у молодежи один ветер в голове; старики молодых никогда не понимают; англичане сдержаны, финны молчаливы, французы любвеобильны, итальянцы темпераменты, немцы пунктуальны, чеченцы жестоки, цыгане нечестны, столичные специалисты лучше местных и т.д.

Примеры профессиональных стереотипов.

Стереотипы военных: гражданские не приучены к порядку, во всем нужна строгая дисциплина, надо укреплять исполнительную вертикаль;

Стереотипы гражданских: военные исполнительны и обязательны, умственно ограничены, умеют действовать только в рамках приказа.

Стереотипы учителей: родители не хотят заниматься детьми, если ребенок тихо отвечает – значит не знает

Стереотипы родителей: учителя не хотят учить, учителя только орут на детей и вымещают на них свои личные трудности.

Стереотипы водителей: все гаишники мздоимцы.

Стереотипы гаишников: все водители нарушители.

Стереотипы прокуроров: был бы человек, статья найдется.

Мужские стереотипы: красивая – значит хорошая жена будет, все жены изменяют мужьям.

Женские стереотипы: все мужчины обманщики, изменил – значит никогда не любил, высокий – значит красивый, сильный и умный и т.д.

Социальные стереотипы: пенсионеры – государству до нас нет дела, старики никому не нужны; чиновники – посетители не дают нам работать, начальники – критика - это подкуп под мой авторитет, подчиненные – против начальства не попрешь и т.д.

Возрастные стереотипы: маленьких детей, внуков надо покормить – они всегда голодные, стариков теперь никто не слушает, старики никому не нужны, старики молодых никогда не понимают и не поймут, бабушка с дедушкой, родители покупают мне подарки – значит меня любят, не покупают – значит не любят и др.

Стереотипы в сознании каждого народа имеют свою специфику, обусловленную национальными особенностями мышления данного народа. Многие из стереотипов народа находят отражение в его поговорках и пословицах, раскрывая национально-своеобразный подход данного народа к восприятию действительности.

Так, русские ментальные стереотипы отражены в таких поговорках и речениях как молодо-зелено, яйца курицу не учат, кто не с нами, тот против нас, богатый – значит вор, гостя надо угостить и т.д.

Американские стереотипы: новый – значит лучший, богатый – значит умный, мои личные права никто не должен ущемлять.

Финский стереотип: если преподаватель повторяет объяснение второй раз, он считает учеников за идиотов, в споре сильного со слабым всегда виноват сильный.

Немецкие стереотипы: во всем должен быть порядок, вся деятельность должна быть заранее запланированной.

Стереотипы, формирующиеся в сознании людей, объективно необходимы для мышления, для восприятия и понимания действительности, они облегчают понимание новых людей (хотя и не всегда дают правильное понимание): мы переносим уже известный нам, сформиро-

вавшийся у нас в сознании стереотип на нового человека: раз студент - значит, не готов к экзамену, раз слесарь-сантехник – значит, обязательно пьяница и т.д. Описанные механизмы обеспечивают человеку ту или иную интерпретацию поведения другого человека, позволяют сделать определенные выводы о новом человеке, на основании которых возможно в дальнейшем построение отношений с этим человеком или же отказ от отношений с ним.

Вместе с тем необходимо еще раз подчеркнуть, что все эти механизмы могут давать искаженную картину, неточно, а то и неправильно определять имидж того или иного человека, поскольку все они основаны на уже сложившихся мнениях, убеждениях человека и представляют собой применение к новому человеку старых психологических шаблонов, заготовок, механизмов. Необходимо в оценке человека по его внешности и поведению проявлять максимальную объективность, опираться на *совокупность* признаков и фактов и *не судить окончательно* по отдельным чертам внешности, фактам или поступкам. Для первого же впечатления этим механизмы очень важны и именно они обеспечивают восприятие человека при первой встрече с ним.

Каузальная атрибуция

Люди судят друг о друге на основе механизмов каузальной атрибуции («кауза» – лат. *причина*, атрибуция - *приписывание*) – стереотипов восприятия, базирующихся на субъективном понимании связей между наблюдаемыми фактами и некоторыми последствиями из них (выводами). Под каузальной атрибуцией понимается стереотипное приписывание людям свойств и причин поведения в опоре на внешнюю информацию о них (по схеме: если А, то В).

Американский ученый Ф.Хайдер, который заложил основу теории каузальной атрибуции, отмечал, что у человека всегда есть априорные каузальные схемы, то есть готовые стереотипы восприятия, которые человек бессознательно применяет при оценке новых людей, фактов, впечатлений, событий. В большинстве случаев каузальные схемы дают неточную, ошибочную картину, так как человеку обычно свойственно злоупотреблять каким-либо одним, излюбленным видом каузальной атрибуции. В.Зигерт и Л.Ланг писали, что человек не хочет, чтобы кто-то корректировал его образы. Персонаж А.Н.Островского Дикой в драме «Гроза» говорил просто: «Хочу так думать, и думаю!»

Так, многие начальники любую критику воспринимают как попытку подорвать их авторитет, о творческом, неординарном человеке часто судят как о таком, который «стремится вылезть», «стремится занять руководящее кресло». Есть люди, которые все поступки окру-

жающих объясняют сексуальными причинами, другие объясняют все завистью, третьи – эгоизмом, четвертые – личной амбициозностью.

Неудачи люди склонные чаще приписывать влиянию объективных обстоятельств, а успех – своим личным усилиям. Участники событий обычно объясняют неудачи влиянием объективных причин, а наблюдатели приписывают неудачу личностям – винят их в недостаточной активности, неумелой деятельности, неподготовленности и т. д. (ср.: проигравшая футбольная команда всегда жалуется на травмы, плохое поле, необъективных судей, плохую погоду, неудачный календарь встреч, не дающий отдохнуть и т.д., а болельщики говорят – не хотят играть, не стараются, никто не выкладывался на поле и под.).

В 30-70-ые г.г. во внешней и внутренней политике СССР для народа насаждались простейшие каузальные схемы: все успехи – это результат мудрости вождя и партии, а все неудачи – это козни внутренних врагов, козни сионистов, происки мировой буржуазии.

Отметим, что для того, чтобы человек был адекватно воспринят другими, удобнее, чтобы он вел себя стандартно, не отклоняясь от принятых в обществе норм – тогда стереотипы и каузальные схемы дают окружающим наиболее правильную картину, хотя и в этом случае, конечно, не могут быть исключены ошибки. Если же человек ведет себя нестандартно, то он практически никогда не воспринимается в обществе адекватно, его не понимают и приписывают ему ложные мотивы и цели, иногда просто чудовищные, вплоть до признания его сумасшедшим (ср. – Гамлет, Чацкий). Именно поэтому великие и просто неординарные люди так часто остаются в истории непонятыми и веками могут оставаться загадкой, а их жизнь обрывается множеством легенд.

6. Языковой паспорт говорящего и его роль в общении

Языковой паспорт человека - это та информация, которую человек «автоматически», бессознательно передает о себе, когда он говорит. Это информация, «сообщаемая» человеком о его поле, возрасте, откуда он родом – из города или деревни, насколько он эмоционален, его физическое состояние (бодр или устал), что он делает в момент речи (ест, движется, приближается, удаляется или стоит на месте и т.д.).

По речи можно определить, иностранец ли человек, а иногда даже и его национальность или регион, откуда он приехал. Можно определить и местность, из которой происходит человек – по специфическим

особенностям его произношения, отдельным словам и выражениям. Региональные особенности произношения дают представление о том, где человек родился или где прошла большая часть его жизни.

Известен случай, который произошел с известным русским ученым, создателем знаменитого словаря русского языка Владимиром Ивановичем Далем. Однажды он встретил в пути монаха и спросил его: - Какого, батюшка, монастыря? – Соловецкого, родненький. – Из Ярославской губернии? (В.И.Даль знал, что слова *родненький, родименький* часто употреблялись в Ярославской губернии). – Нетути, родненький, тамо-ди в Соловецком живу. – Да еще из Ростовского уезда?

Монах упал в ноги: - Не погуби!

Оказалось, что это был беглый солдат из Ростовского уезда Ярославской области, выдававший себя за монаха.

По языковому паспорту человека можно судить об уровне его общей культуры, уровне его воспитанности. У всех бывали, наверно, такие случаи: едем в транспорте, за спиной разговаривают. Обернуться неудобно, но по голосу мы можем сформировать достаточно полное впечатление о говорящем - возраст, пол, уровень культуры, воспитанности, характер и многое другое, включая национальность, городской он или деревенский и т.д. То же самое, когда мы просто присутствуем при разговоре незнакомых людей - мы их не знаем, в беседе с ними не участвуем, но довольно много можем узнать о них из манеры речи, из употребляемых ими слов и выражений, из их общего стиля общения. Или такой случай: - Мне кто-нибудь звонил? -Звонили. -Кто? - Не знаю. *Приятный (интеллигентный)* мужской голос. Как мы определяем, что звонил интеллигентный человек? Исключительно по языковому паспорту человека.

Эксперименты показывают, что по речи человека можно определить его возраст – иногда с точностью до 2-3 лет, размеры тела (худой, средней полноты, полный), рост (маленького роста, среднего роста, высокий).

По речи человека бывает можно определить приблизительно его профессию (по проскальзывающих в речи профессиональным словам и оборотам).

Свой языковой паспорт человек предъявляет всем окружающим, как только откроет рот - отсюда огромная важность благоприятного языкового паспорта человека. Если мы соблюдаем правила речевого этикета - наш языковой паспорт благоприятный, мы производим положительное впечатление на людей, с нами хотят общаться, готовы помочь, выполнить просьбу. А кто захочет вступать в общение с гру-

бияном, помогать хаму, невоспитанному человеку, говорящему всем “ты”, использующему грубые повелительные интонации и т.д.?

Следить за своим языковым паспортом - трудная задача, но каждый человек должен помнить о важности этой задачи и работать над своим языковым паспортом, придавать ему положительные черты - следить за культурой речи, правильной дикцией, вежливой интонацией, соблюдать нормы общения и требования речевого этикета.

В милиции существует специальная служба, которая составляет по голосам телефонных хулиганов и террористов их предположительный портрет, на этом во многом основан успех их поимки. Однажды в Москве крупный преступник, уверенный в своей безнаказанности, позвонил перед совершением очередного преступления в отделение милиции. Спросил: “Давно скучаете по мне?” И сообщил: “На дело иду”. В городе было совершено несколько дерзких преступлений, и дежурный сразу понял, что разговаривает с человеком, их совершившим. Он пытался затянуть разговор, заставить преступника наговорить побольше на магнитную пленку, пробовал “засечь” телефон. Но преступник был опытным: “Я знаю, ты передаешь”, - сказал он напоследок и повесил трубку. Но и по этому короткому разговору специалисты по фонетике, диалектологии, психологии из Всесоюзного НИИ судебных экспертиз определили ряд недостающих признаков преступника - примерный возраст, национальность, некоторые другие признаки. Именно это и дало возможность его задержать.

Недавно в газете «Известия» (25 марта 2000 г.) было сообщено, что специалисты ФСБ России создали устройство, определяющее по голосу «телефонного террориста» многие его черты, включая внешность. Звонок записывается на магнитофон и мгновенно анализируется компьютером. Использование этого устройства позволило УФСБ Карелии за 8 месяцев установить личности 27 телефонных хулиганов, звонивших о якобы заложенных бомбах. В Москве за 1999 г. привлечены к уголовной ответственности 13 человек, «пойманные» анализатором голоса. Когда корреспондент «Известий» по согласованию со службами ФСБ позвонил по телефону 02 и изменив голос, сообщил о якобы заложенной бомбе, в редакцию позвонили оперативники и с минимальными погрешностями охарактеризовали корреспондента – 25-28 лет, рост около 180 см, вес около 75 кг., лицо овальное, слегка вытянутое.

К языковому паспорту относится и информация, которую мы получаем из почерка человека – почерк может много рассказать о человеке, особенно специалисту-графологу. Это – отдельная отрасль науки, очень важная в криминалистике. Однако по сравнению с устным язы-

ковым паспортом, который легко опознают и интерпретируют все носителя языка, интерпретация почерка требует обычно специальных знаний, хотя и в этой сфере рядовой человек может сделать определенные выводы о характере и некоторых других особенностях написавшего тот или иной текст человека.

7. Понятие коммуникативной грамотности

Грамотность обычно связывается в общественном сознании со знанием правил орфографии и пунктуации, умением читать и писать. Это понимание отражено в словарях русского языка.

Анализ словарных дефиниций показывает, что фактически в словарях русского языка представлены следующие значения слова *грамотный*:

1. “Читательское” - умение читать, то есть умение расшифровывать буквы и складывать их в слова, понимая полученный смысл.

2. “Орфографическое” - умение писать, то есть перекодировать звуки устной речи в буквы и соединять их друг с другом на письме.

Эти два значения отражают разные навыки носителя языка - можно уметь читать, но не уметь писать, можно хорошо читать, но плохо писать. Эти навыки взаимосвязаны, но не совпадают.

3. “Нормативно-языковое” - умение *правильно, хорошо* читать и писать, говорить и писать, не допуская речевых ошибок (грамотный ученик, грамотное сочинение). Нормативная неграмотность - это большое количество нарушений языковых норм в устной или письменной речи.

4. “Профессиональное” - хорошо разбираться в той или иной области знаний (грамотный специалист, инженер, руководитель).

5. “Качественно-результативное” – нечто качественно выполненное, соответствующее нормам и правилам выполнения данного рода деятельности, в т.ч. и орфографическим и пунктуационным (чертеж, работа, план, сочинение и т.д.).

Соответственно, такие же значения будет иметь и существительное *грамотность*, наречие *грамотно*.

Работать над грамотностью - читательское, орфографическое, нормативно-языковое значения;

Видна его грамотность в этом деле - профессиональное.

Качественно-результативное значение для субстантивной вербализации несвойственно, существительным оно не выражается.

Он написал все грамотно - орфографическое и нормативно-языковое значения.

Он все сделал грамотно - качественно-результативное значение.

Обращает на себя внимание целый ряд ошибок и затруднений учащихся и взрослых носителей языка, которые не вписываются в три основных компонента грамотности (орфографическая грамотность, читательская грамотность, нормативно-языковая грамотность). Куда, например, отнести умение/неумение строить связный текст, последовательно разворачивать мысль в письменном и устном тексте, приводить аргументы? Умение/неумение составить план, обнаружить план в выступлении другого человека или в чужом письменном тексте? Умение/неумение внимательно слушать собеседника, понимать мысли на слух и затем пересказывать их устно или письменно? Умение выступить с кратким устным сообщением? Умение/неумение задавать вопросы, отвечать на вопросы, вести спор? Незнание речевого этикета в стандартных ситуациях? Умение/неумение найти аргумент к своему тезису, выделить и проанализировать аргументы в речи собеседника? Неумение написать заявление, объяснительную, заполнить бланк почтового перевода, бланк, чтобы выписать газету, формуляр читателя в библиотеке? Неумение написать не только деловое, но и частное письмо - "О чем писать?" Неумение убедить, успокоить, заинтересовать своей идеей или предложением? Умение/неумение выразительно прочитать текст, стихотворение? И т.д., и т.п., список можно продолжить до бесконечности.

Обратим внимание на то, что большая часть перечисленных навыков, слабо развитых не только у современного школьника, но и у взрослых людей, относится к сфере устного общения. Ошибочно судить о грамотности человека только по письменной речи - это заметный, но не единственный компонент грамотности. Неправомерно говорить о грамотности только применительно к элементарным навыкам чтения и письма и к безошибочности речи человека. Очевидно, что существует еще *коммуникативная грамотность* человека.

Коммуникативная грамотность - это совокупность коммуникативных знаний, умений и навыков человека, позволяющих ему эффективно общаться в стандартных коммуникативных ситуациях в письменной и устной форме. Это знание законов, правил и приемов эффективной устной и письменной коммуникации.

Коммуникативная грамотность включает два уровня:

1. знание и применение *норм устного и письменного общения*, принятых в обществе для стандартных коммуникативных ситуаций, то есть владение речевым этикетом для типовых ситуаций общения; этот уровень коммуникативной грамотности предполагает ответ на вопрос "как надо общаться, как принято";

2. знание и применение правил и приемов эффективной коммуникации в стандартных коммуникативных ситуациях; этот уровень коммуникативной грамотности предполагает ответ на вопрос “как лучше общаться, как эффективней”.

Формирование коммуникативной грамотности личности начинается с первого уровня, а затем переходит на второй.

Базой, важнейшим условием формирования у человека коммуникативной грамотности является, естественно, его языковая грамотность - орфографическая, читательская и нормативно-языковая, но в понятие коммуникативной грамотности языковая грамотность не включается, поскольку образует отдельный аспект. Вместе с тем, грамотная, культурная в языковом отношении речь оказывает благоприятное речевое воздействие на собеседника, то есть фактически может рассматриваться как фактор речевого воздействия, фактор повышения эффективности коммуникации.

Языковая грамотность - это *безошибочность речи*, коммуникативная грамотность - это *нормативность и эффективность общения в стандартных коммуникативных ситуациях*.

Коммуникативная грамотность представляет собой адекватное коммуникативное поведение человека, то есть его умение эффективно и бесконфликтно вести общение в стандартных коммуникативных ситуациях. Она предполагает знание человеком норм, правил и приемов эффективного и бесконфликтного общения и умение адекватно применить их в нужной коммуникативной ситуации.

Коммуникативная грамотность – это, собственно, владение техникой эффективного и вежливого общения. Это владение эффективными стереотипами общения, соответствующими ситуации штампами, коммуникативными стереотипами, стратегиями и тактиками общения. Как отмечал один театральный режиссер, «плохой актер – не тот, у кого есть штампы, а тот, у кого штампов мало». Это же относится и к любому общающемуся.

Коммуникативно грамотный человек в стандартной коммуникативной ситуации всегда будет вести себя правильно, культурно и эффективно, будет строить свое общение с учетом всех параметров коммуникативной ситуации – национальность, возраст, уровень культуры, знаний, эмоциональное состояние, должностное положение и т.д. собеседника.

Естественно, коммуникативно грамотный человек, видимо, сможет эффективно осуществить общение и в нестандартной коммуникативной ситуации, он сможет «найтись, что сказать», но массовая коммуникативная грамотность населения предполагает умение любого че-

ловека адекватно вести себя прежде всего в стандартных коммуникативных ситуациях, и эта должно являться прежде всего предметом обучения.

Коммуникативная неграмотность практических всего населения нашей страны – характерная черта современного состояния российского общества. В то время как во многих зарубежных странах дети со школьных лет изучают такие предметы как «Общение человека», «Риторика», «Дебаты», «Разрешение конфликтов» и мн. др. (в США такие предметы начинаются у детей с 12-летнего возраста), в нашей стране общению нигде не учат – ни детей, ни взрослых.

Коммуникативная неграмотность населения страны приводит к многочисленным конфликтам и проблемам в коллективах, семьях, политических и общественных организациях, творческих коллективах, в сфере сервиса, бизнеса, ведения переговоров и т.д.

Любая женщина должна знать, что мужчина, занятый физической работой, не может одновременно вести оживленную беседу с женщиной – так устроен его речевой механизм, и попытки задавать ему вопросы приведут его к раздражению, а возможно и к конфликту.

Родители и педагоги должны знать, что в воспитательном общении с ребенком бесполезно приводить аргументы к пользе или вреду для здоровья – ребенок эти аргументы не воспринимает, так как здоровье его еще не беспокоит.

Любой человек должен знать, что пьяному или возбужденному человеку не надо приводить логические аргументы, с ним надо соглашаться и тащить его в безопасное место

Любой из нас должен знать, что замечания надо делать применительно к одному конкретному случаю и не обобщать («И вообще, мне не нравится, как ты в последнее время...»), что не надо спорить «на победу», а надо спорить «на истину» и т.д., и т.п. Знание и применение всего этого и есть коммуникативная грамотность человека, которой так не хватает в нашем обществе.

Коммуникативная грамотность нужна для того, чтобы не звучали в нашем обществе слова «А я не знаю, как с моим сыном разговаривать», «Я не нашлась, что сказать моему ученику» и т.д. Этот вид грамотности для нашего общества на настоящем этапе более важен, чем, юридическая, экономическая или даже компьютерная .

8. Коммуникативное поведение человека

Коммуникативное поведение человека – это его поведение в процессе общения, регулируемое коммуникативными нормами и традициями, которых он придерживается как личность.

Существует коммуникативное поведение личности, социальной, профессиональной, гендерной, возрастной группы, а также национальное коммуникативное поведение. Термин “коммуникативное поведение” в указанном смысле впервые был предложен нами в 1989 г. (И.А.Стернин. О понятии коммуникативного поведения // *Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung*. Halle, 1989, S. 279 – 282).

Есть групповые, то есть профессиональные, возрастные и т. д. коммуникативные нормы: учителя громко говорят, у них часто возбужденный вид, врачи циничны в общении, военные грубы и прямолинейны (солдатская прямота), маленькие дети много говорят о себе, пытаясь привлечь внимание, закрывают взрослым рот ладошкой, если не хотят слышать возражение; очень много особенностей в коммуникативном поведении мужчин и женщин.

Для каждого народа характерна определенная коммуникативная культура.

Под *коммуникативной культурой* понимается коммуникативное поведение народа как компонент его национальной культуры; как фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации.

Особая коммуникативная культура может быть характерна и для личности, как и особое коммуникативное мышление - устойчивая совокупность мыслительных процессов, определяющих коммуникативное поведение личности. Существует также, разумеется, коммуникативное мышление группы и коммуникативное мышление личности. Коммуникативное поведение личности сохраняет черты национального и группового коммуникативного поведения, но привносит в него и собственные индивидуальные черты.

Для коммуникативного поведения характерны определенные коммуникативные нормы – коммуникативные правила, рассматриваемые как обязательные для выполнения данной личностью или обществом (знакомому надо приветствовать, за услугу благодарить и т.д.) , а также коммуникативные традиции – правила, не обязательные для выполнения, но соблюдаемые большинством людей и рассматриваемые индивидом или обществом как желательные для выполнения (спросить старика о здоровье, поинтересоваться успеваемостью школьника).

Коммуникативное поведение характеризуется определенными нормами, которые позволяют охарактеризовать конкретное коммуникативное поведение как нормативное или ненормативное.

Нормативное коммуникативное поведение - поведение, принятое в данной среде и соблюдаемое в стандартных коммуникативных ситуациях большей частью языкового коллектива.

Ненормативное коммуникативное поведение - нарушающие принятые нормы. Коммуникативное поведение человека, нарушающее принятые нормы, рассматривается как неадекватное, при соблюдении основных норм говорят об адекватном коммуникативном поведении. Как уже отмечалось выше, адекватное коммуникативное поведение – это проявление человеком коммуникативной грамотности, неадекватное – демонстрация коммуникативной неграмотности.

9. Коммуникативная культура личности

Важным элементом современной коммуникативной лингвистики является понятие *культура общения*. Это понятие интегрирует ряд более частных понятий, рассмотренных нами выше.

Языковая грамотность - это безошибочность и культура речи.

Коммуникативная грамотность – это знание человеком принятых норм общения (речевой этикет) и правил эффективного общения в сочетании с умением применять их в практике собственного общения в стандартных коммуникативных ситуациях.

Человек может обладать коммуникативной грамотностью – уметь хорошо убеждать своих собеседников, но не обладать языковой грамотностью (говорить и писать с существенными нарушениями языковых норм) и наоборот – очень грамотный и культурно говорящий человек может не владеть навыками эффективного общения.

Наличие же того и другого одновременно определяется нами как *коммуникативная культура личности* или *культура общения личности*.

Оба выражения используются нами как синонимы, но первое – как научный термин, а второе – как его популярный синоним, который проще для восприятия неподготовленным читателем или слушателем, более понятен широким слоям населения. Так, в Воронежской области нами введен региональный школьный предмет «Культура общения» - было бы, видимо, неразумно назвать его «Коммуникативная культура».

Таким образом, *коммуникативная культура личности* – это ее коммуникативная грамотность плюс языковая грамотность и культура

речи (то есть безошибочность и выразительность речевого оформления мысли).

Коммуникативная культура личности, культура общения – важный показатель развития конкретной личности, уровня ее развития в современном обществе, и формирование коммуникативной культуры личности должно стать важнейшим предметом заботы общества.

Глава 2.

Понятие речевого воздействия

1. Речевое воздействие как наука, ее основные категории и разделы

Во Введении нами уже была обоснована концепция речевого воздействия как науки об эффективном общении и показана ее структура (с.4-5).

Как уже отмечалось выше, наука о речевом воздействии включает три основных раздела – теорию речевого воздействия, историю речевого воздействия и практику речевого воздействия (обучающую часть).

Теория речевого воздействия включает следующие ключевые понятия: общение, речевое воздействие, эффективность речевого воздействия.

Общение определена в первой главе как *осознанный, рационально оформленный, целенаправленный информационный обмен между людьми, сопровождающийся индивидуализацией собеседников, установлением эмоционального контакта между ними и обратной связью.*

Речевое воздействие может быть определено как *воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели.*

Понятие эффективности речевого воздействия рассматривается ниже в специальном разделе.

Различают два основных *аспекта речевого воздействия* - вербальный и невербальный.

Вербальное (от латинского *verbum*, слово) речевое воздействие - это воздействие при помощи слов. При вербальном воздействии воздействующими средствами являются собственно языковые средства, и успешность воздействия зависит от их подбора, расположения, интонации, содержания выражаемой ими мысли (например, какой аргумент подобран, какая тактика ведения диалога избрана и др.).

Невербальное воздействие - это воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, поведение ввремя речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др.).

Правильно построенное вербальное и невербальное воздействие обеспечивают нам эффективность общения.

Коммуникативная позиция говорящего - еще одно важное теоретическое понятие науки о речевом воздействии. Под коммуникативной позицией говорящего понимается степень коммуникативной влиятельности, авторитетности говорящего по отношению к его собеседнику. Это относительная эффективность его потенциального речевого воздействия на собеседника. Коммуникативная позиция человека может изменяться в разных ситуациях общения, а также по ходу общения в одной и той же коммуникативной ситуации.

Коммуникативная позиция говорящего может быть сильной и слабой. Коммуникативную позицию человека в процессе общения можно усилить путем применения правил речевого воздействия, можно ее защитить, а также можно ослабить коммуникативную позицию собеседника (также применяя приемы речевого воздействия и осуществляя различные действия в отношении собеседника).

Наука о речевом воздействии представляет собой науку об усилении коммуникативной позиции личности в процессе общения, защите личностью своей коммуникативной позиции и приемах ослабления коммуникативной позиции собеседника.

Понятия *социальной и коммуникативной роли* также входят в теоретический арсенал науки о речевом воздействии. Социальная роль понимается как реальная социальная функция человека, а коммуникативная роль - как принятое для той или иной социальной роли коммуникативное поведение.

В речевом воздействии существует также понятие *коммуникативная неудача*. Коммуникативная неудача - это отрицательный результат общения, такое завершение общения, когда цель общения оказывается не достигнутой. Коммуникативные неудачи постигают нас, когда мы неправильно строим свое речевое воздействие: выбираем не те способы речевого воздействия, не учитываем, с кем мы разговариваем, не выдерживаем правил бесконфликтного общения и т.д.

Специалисты по речевому воздействию используют также такое выражение как *коммуникативное самоубийство*. Коммуникативное самоубийство - это грубая ошибка, допущенная в общении, которая сразу делает дальнейшее общение заведомо неэффективным. Например, если оратор начинает свое выступление так: "Извините, что занимаю у вас время... Я вас долго не задержу..." - это типичное коммуникативное самоубийство, так как сам человек сразу сообщает о том, что он понимает, что его информация не нужна, она вызовет у слу-

шателей раздражение, само его появление перед аудиторией нежелательно и т.д. Такого оратора, конечно же, слушать не будут.

Совокупность типовых вербальных или невербальных, а иногда и тех и других сигналов, влияющих на эффективность общения, определяется как *фактор общения*. Факторы речевого воздействия – это типы коммуникативных сигналов или приемов, используемых в речевом воздействии.

Основные факторы речевого воздействия, как представляется, следующие (список не является исчерпывающим):

1. Фактор внешности
2. Фактор соблюдения коммуникативной нормы
3. Фактор установления контакта с собеседником
4. Фактор взгляда
5. Фактор физического поведения вовремя речи (движение, жесты, позы)
6. Фактор манеры (дружелюбие, искренность, эмоциональность, немонотонность, воодушевление)
7. Фактор размещения в пространстве
8. Фактор содержания
9. Фактор языка
10. Фактор объема сообщения
11. Фактор расположения фактов и аргументов, идей
12. Фактор времени
13. Фактор количества участников
14. Фактор адресата

Представляется, что эти факторы можно объединить в три обобщающих мегафактора: фактор говорящего (все, что относится к физической стороне деятельности говорящего, включая внешность и невербальное поведение), фактор адресата (все то, что относится к учету того, на кого ориентировано сообщение) и фактор сообщения (то, что относится к наполнению содержанием, построению и формам языкового выражения сообщения, условиям его передачи).

Можно еще говорить о факторе жанра (учет правил эффективности определенного жанра речи - митинговое выступление, критика, спор, замечание, приказ, просьба и т.д.), однако, по-видимому, фактор жанра - это грамотное использование всех факторов речевого воздействия факторов в конкретной ситуации общения.

Наименее изучены в настоящее время факторы говорящего и адресата, а наиболее изучен фактор сообщения, особенно в том, что касается его построения и средств языкового выражения мысли. Естествен-

но, в речевом воздействии все факторы обычно действуют совместно и разграничить их бывает можно лишь теоретически.

Обращение к фактору говорящего свидетельствует об огромной важности физического поведения говорящего в процессе речевого воздействия – совокупность невербальных сигналов, посылаемых им в процессе общения, оказывается очень велика, а нагрузка невербально сигнала в реальной коммуникации превосходит смысловую нагрузку вербального сигнала в 5 раз (А.Пиз).

Обращение к фактору адресата в современной риторике также свидетельствует о важных различиях, обнаруживающихся при речевом воздействии на разных адресатов. Существенна гендерная специфика речевого воздействия: одни и те же факторы речевого воздействия в разной степени эффективны в мужской и женской аудитории аудитории, неодинаково воспринимается мужчинами и женщинами одинаковая аргументация: так, для женщин более эффективна индуктивная аргументация, для мужчин - дедуктивная и т.д.

Возрастная специфика адресата предполагает учет возраста собеседника или аудитории при осуществлении речевого воздействия. Так, с молодежью необходимо разговаривать в более быстром темпе – молодые люди лучше понимают быструю речь, следует приводить яркие, образные примеры, рассматривать в публичном выступлении не более одного вопроса и т.д. .

Необходимо также разграничивать *общие законы общения, правила общения, приемы общения и принципы общения* Об этом подробно рассказывается в главе 3, с. 113 и след.

Как уже указывалось выше, речевое воздействие сегодня возникает и как наука и как *практика обучения*. В настоящее время в нашей стране в равной мере актуальны как разработка теоретических вопросов речевого воздействия, так и организация практического обучения речевому воздействию населения страны. В России нет традиций обучения эффективному общению - таких, например, какие есть в США, других странах Запада. Вместе с тем, актуальность такого обучения налицо. Как уже отмечалось в главе 1, у нас отсутствует понятие *коммуникативная грамотность*, нет традиций обучения общению взрослых.

Основными разделами науки о речевом воздействии являются: *деловое общение, межличностное общение, рекламное воздействие*.

Межличностное общение – это общение двух или группы лиц, имеющее определенную цель.

Деловое общение можно определить как межличностное общение, направленное на достижение информационных или предметных целей.

Деловое общение как часть межличностного относится к сфере речевого воздействия, но межличностное общение целиком к сфере речевого воздействия не относится, так как оно включает, кроме делового общения, еще светское, фатическое, развлекательное, игровое, то есть такие виды общения, которые не направлены на достижение предметных или информационных целей.

Рекламное воздействие, несомненно, находится преимущественно в сфере науки о речевом воздействии, поскольку оно связано с текстом; однако рекламное воздействие включает и техническую сторону - графику, дизайн, визуальные средства и т.д., имеет "экономическую" компоненту и др. Этими своими сторонами реклама выходит за рамки речевого воздействия.

Реклама до начала XX века была в основном практикой, но в начале века она становится и наукой, перерабатывающей данные целого ряда современных наук - психологии восприятия, теории текста, социологии и др. Реклама - активно развивающаяся составляющая речевого воздействия, делающая крупные шаги вперед, особенно в последние годы.

Деловое общение практически до начала XX века отсутствовало и как наука, и как практика. В настоящее время это направление речевого воздействия активно формируется, определяет свои категории, структуру, приемы описания и обучения. Многочисленные книги по деловому общению, выходящие в настоящее время одна за одной - показатель бурного развития этой ветви речевого воздействия; правда, особых успехов в этой области пока нет, поскольку эти книги преимущественно повторяют западные руководства, далеко не всегда применимые у нас, и многие из них носят весьма абстрактный характер, представляя собой довольно занимательное чтение с интересными примерами из чужой жизни, но не ориентированное на практическое обучение. Поскольку теория делового общения еще не разработана, а практика обучения не имеет теоретической и методической базы, довольно широко практикующиеся различные школы и курсы делового общения представляют в большинстве случаев диффузный конгломерат тем, идей, приемов и методов. Деловое общение нуждается в теоретической и практической разработке в рамках науки о речевом воздействии.

2. Становление речевого воздействия как науки

Речевое воздействие формируется в настоящее время как *наука об эффективном общении*. Как таковая, она, разумеется, имеет свою

историю. Еще в Древней Греции и Риме процветала риторика, которая учила эффективно публичному выступлению, умению вести спор и одерживать в споре победу. Древняя риторика была основана преимущественно на логике, правилах логического рассуждения и убеждения.

В средние века риторика практически умерла как наука и возродилась в двадцатом веке уже на новой, психологической основе - современному человеку уже важна не только и не столько логика, сколько психологические, эмоциональные приемы убеждения.

Много сделал для современной науки о речевой воздействии американский ученый Дейл Карнеги, который впервые систематически описал некоторые правила и приемы эффективного общения и стал обучать этим приемам. Современная наука о речевом воздействии возникла на основе его идей, хотя затем ее стали развивать представители многих наук.

Великий практик и стихийный теоретик, основоположник современного практического обучения речевому воздействию Дейл Карнеги открыл свою первую школу, где он обучал общению, в 1912 г. Его вклад в развитие науки о речевом воздействии и в практику обучения эффективному общению из-за популярного характера его знаменитых книг еще недостаточно оценен теоретиками, а на современном этапе развития речевого воздействия, когда наука фактически уже стала на ноги, у многих лингвистов и психологов стало модой откровенно от идей Д.Карнеги и подвергать его уничтожающей критике - как примитивного исследователя. Это ненаучно и к тому же явно несправедливо.

Д.Карнеги был прежде всего практик, в чем и видится его основная заслуга, хотя в его работах может быть обнаружен и целый ряд теоретических идей.

Вклад Д. Карнеги (1888-1955) в формирование современной науки о речевом воздействии можно обобщенно свести к следующему:

1. Он показал, что в общении людей действуют правила и законы.
2. Показал, что некоторые правила, если их соблюдать, делают общение более эффективным.
3. Доказал, что взрослый человек в процессе обучения и размышления над собственным общением может повысить эффективность своего общения.
4. Разработал метод обучения взрослых речевому воздействию: рассказывать показательные случаи из жизни и выводить из них правила эффективного общения.

Нужно, однако, иметь в виду, что не все рекомендации Д.Карнеги могут быть применены в условиях других стран - он учитывал психологию и жизненные условия американцев и писал свои книги для них. Но большинство законов и правил, выделенных им, применимо и в нашей практике.

Важнейшее значение книг Д.Карнеги в том, что он учит людей задумываться над своим общением, совершенствовать свое общение и показывает, что совершенствование человеком своих навыков и приемов общения с людьми в зрелом возрасте не только возможно, но и приводит к успеху в делах и улучшению взаимоотношений с окружающими.

Кроме того, подчеркнем еще раз, что Д.Карнеги принадлежит важнейший методический принцип обучения эффективному общению взрослых - через показательный пример к выведению правила эффективного общения.

Большую роль в развитии современной науки о речевом воздействии сыграл еще один американский автор – Поль Л. Сопер, выпустивший прекрасную книгу «Основы искусства речи» (в английском оригинале – Basic Public Speaking, New York, 1956). Эта книга была дважды переведена на русский язык – в 1958 и 1992 г.г. Ее основные отличия от многих других пособий по риторике – простота изложения, исключительно практическая направленность, опора на реальные потребности выступающего, практические советы по отработке всех компонентов публичной речи – от конспектирования и составления плана до голоса. В ней много хороших образцов выступлений и упражнений. Но основное ее достоинство – в несомненной ориентации работы на эффективность публичного речевого воздействия, в связи с чем П.Сопера можно с полным основанием считать вторым классическим представителем науки о речевом воздействии XX века после Д.Карнеги.

Почему же именно в XX веке возникает наука о речевом воздействии?

Причин этому несколько.

Причины социально-политического характера: развитие свободы, демократии, появление идеи свободы личности, равенства людей потребовали науку, которая показала бы, как убеждать равному равному. Не случайно в античных демократиях речевое воздействие играло столь заметную роль и сошло на нет в средневековье, когда господствовали тоталитарные и религиозно-догматические формы правления.

В настоящее время люди “внизу” получили определенные права. Они перестали трепетать перед начальством, поскольку законы стали

их защищать; профсоюзы, политические партии, различные общества стали выступать в защиту людей; права человека становятся постепенно важнейшей стороной общественной жизни развитых государств. Люди стали “оговариваться” - XX век стал “веком возражений”.

В нынешних условиях людей стало необходимо убеждать, причем всех (даже детей!). Стало необходимо убеждать широкий круг лиц, неравных друг другу по уровню образования, культуры и т. д., но требующих равного отношения. В демократических государствах стало необходимо убеждать при выборах, в условиях плюрализма мнений и политической жизни, в условиях политической борьбы - политикам стало необходимо учиться убеждать людей в своей правоте.

Причины психологического характера: с конца XIX века меняется концепция человека в обществе. Если ранее считалось, что человек примитивен, ленив, ему нужны кнут и пряник, и этим можно обеспечить его адекватное “функциональное” в обществе, то теперь представление о человеке меняется. Развитие культуры, литературы и искусства, возникновение научной психологии - все это привело к смене концепции человека.

Человек оказался сложным, разносторонним в психологическом плане, требующим дифференцированного подхода - словом, личностью. При этом личностью, как выяснилось, является каждый человек, а не только представители элиты, просвещенная часть общества, представители господствующих классов.

Кроме того, XX век - век персонификации личности, то есть роста индивидуальной неповторимости личности, увеличения непохожести каждого отдельного человека на других (термин Б. Д. Парыгина) . Увеличение непохожести людей друг на друга ведет к затруднениям в общении между ними (см. выше, с 28-34), что и обуславливает потребность в науке об общении, в обучении общению.

Есть и чисто *коммуникативные причины* возникновения и развития науки о речевом воздействии в XX веке, то есть причины, связанные с развитием самого человеческого общения.

Для нашего времени характерно резкое расширение сфер общения людей, увеличение числа ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга - не только в суде и на дворянских собраниях. Расширяется само значение устной речи, она начинает выполнять все более разнообразные функции, играет все более существенную роль в обществе, что приводит к необходимости искать особые приемы в общении, уделять больше внимания разговорной речи.

Существуют и *экономические причины*, способствовавшие развитию науки о речевом воздействии: конкуренция, кризисы воспроиз-

водства породили необходимость в науке о рекламе, “навязывании” товара, “завоевании” покупателей. Именно коммивояжеры были первыми, кто на себе осознал необходимость науки убеждать.

Кроме того, XX век принес и изменения в отношении к труду - люди начинают больше ценить интересную работу, что требует от менеджеров и руководителей умело организовать мотивацию подчиненных к труду: надо стимулировать их, мотивировать, убеждать. В современном западном менеджменте господствует мнение, что совершенствование техники перестает давать ожидаемый экономический эффект, большой эффект дает совершенствование управления производством (это называется “тихой управленческой революцией”).

Все сказанное и обусловило возникновение речевого воздействия как науки в современном мире.

3. Способы речевого воздействия на личность

Задача речевого воздействия – изменить поведение или мнение собеседника или собеседников в необходимом говорящему направлении. Существуют следующие основные способы речевого воздействия на другого человека.

1. Доказывание.

Доказывать - это приводить аргументы, подтверждающие правильность какого-либо тезиса. При доказывании аргументы приводятся в системе, продуманно, в соответствии с законами логики. Доказывание - это логический путь речевого воздействия, обращение к логике мышления человека. Доказываем мы так: “Во-первых, во-вторых, в третьих...”. Доказывание хорошо действует на человека с логическим мышлением (есть данные, что таких людей всего 2 процента), но логика действует эффективно не на всех (далеко не все мыслят логически) и не всегда (во многих условиях эмоция полностью подавляет логику).

2. Убеждение.

Убеждать - это вселять в собеседника уверенность, что истина доказана, что тезис установлен. В убеждении используется и логика, и обязательно - эмоция, эмоциональное давление. Убеждаем мы примерно так: “Во-первых.... Во-вторых... Поверь, так оно и есть! Это действительно так! И другие так думают. Я это точно знаю! Ну почему ты не веришь? Поверь мне, это действительно так...” и т.д. Убеждая, мы стараемся фактически навязать свою точку зрения собеседнику.

3. Уговаривание.

Уговаривать - это преимущественно эмоционально побуждать собеседника отказаться от его точки зрения и принять нашу - просто так,

потому что нам этого очень хочется. Уговаривание всегда осуществляется очень эмоционально, интенсивно, используются личные мотивы, оно основано обычно на многократном повторе просьбы или предложения: “Ну пожалуйста... ну сделай это для меня...ну что тебе стоит... я буду очень тебе благодарен... я тебе тоже сделаю такое одолжение, если ты попросишь когда-нибудь...ну что тебе стоит... ну пожалуйста... ну очень прошу...”. Уговаривание эффективно в ситуации эмоционального возбуждения, когда собеседник в равной степени может выполнить просьбу, а может и не выполнить. В серьезных вопросах уговаривание обычно не помогает.

4. Клянченье.

Клянчить – это высоко эмоционально просить, используя простой многократный повтор просьбы. Клянчит ребенок у мамы: “Ну купи... ну купи...ну купи... ну пожалуйста... ну купи...”.

5. Внушение.

Внушать - это побуждать собеседника просто поверить вам, принять на веру то, что вы ему говорите - без обдумывания, без критического осмысления.

Внушение основано на сильном психологическом, эмоциональном давлении, часто - на авторитете собеседника. Сильные, волевые, авторитетные личности, “харизматические типы” (вроде Сталина) могли внушить людям практически что угодно. Очень внушаемы дети по отношению к взрослым, часто внушаемы молодые девушки, женщины по отношению к грубым и решительным мужчинам.

6. Приказ.

Приказать – это побудить человека выполнить что-либо в силу его зависимого должностного, социального и т.д. положения относительно говорящего без какого-либо объяснения необходимости.

Приказ эффективен в отношении подчиненных, младших, нижестоящих в социальной иерархии, но неэффективен в отношении равных или вышестоящих. Приказ психологически трудно воспринимается большинством людей.

7. Просьба

Просить – это побуждать собеседника сделать что-либо в интересах говорящего, руководствуясь просто хорошим отношением к говорящему, откликаясь на его потребность.

Эффективность просьбы несравненно выше, чем приказа, но существуют многочисленные коммуникативные барьеры, ограничивающие применимость просьбы в связи со статусом адресата, характером просьбы, ее объемом, нравственным статусом просьбы и мн. др. Кроме того, на просьбу существует много возможностей отказа.

8. Принуждение.

Принудить - значит заставить человека сделать что-либо против его воли.

Принуждение основывается обычно на грубом нажиме либо прямо на демонстрации грубой силы, угрозах: “Кошелек или жизнь”.

Какие же из этих способов речевого воздействия являются цивилизованными? Фактически, первые семь. Речевое воздействие как наука об эффективном и цивилизованном общении учит нас обходиться без принуждения. Остальные способы могут быть применены, если для этого будет соответствующая коммуникативная ситуация.

Речевое воздействие – это наука именно о выборе подходящего, адекватного способа речевого воздействия на личность в конкретной коммуникативной ситуации, об умении правильно сочетать различные способы речевого воздействия в зависимости от собеседника и ситуации общения для достижения наибольшего эффекта.

4. Понятие эффективного общения, его слагаемые

Эффективность общения в речевом воздействии рассматривается как достижение говорящим своих целей в условиях общения.

Какое же общение можно считать эффективным? Видимо, такое, которое ведет к достижению цели.

Но здесь необходим ряд оговорок. Во-первых, эффективность общения должна определяться применительно к каждому конкретному участнику общения или ко всем вместе взятым? Видимо, эффективность должна определяться для каждого коммуниканта отдельно. При этом в диалоге эффективным общение может быть только для одного из участников или для обоих. На многосторонних переговорах эффективным общение может оказаться для части участников. Применительно к выступлению оратора перед аудиторией эффективность выступления оратора и эффективность общения с ним слушателей будет разной.

Во-вторых, само понятие эффективности будет, по-видимому, связано с достижением тех целей, которые ставит участник общения в данной коммуникативной ситуации.

Эффективное речевое воздействие - это такое, которое позволяет достичь говорящему поставленной цели.

Однако цели в общении могут быть разными:

1. Информационная.

Цель - донести свою информацию до собеседника и получить подтверждение, что она получена.

2. Предметная.

Цель - что-либо получить, узнать, изменить в поведении собеседника.

3. Коммуникативная.

Цель - сформировать определенные отношения с собеседником. Можно выделить такие разновидности коммуникативных целей: *установить контакт, развить контакт, поддержать контакт, возобновить контакт, завершить контакт*. Коммуникативные цели преследуют такие специальные речевые формулы как *приветствие, поздравление, сочувствие, прощание, комплимент* и т.д.

Теперь дадим более полное определение эффективного речевого воздействия.

Эффективное речевое воздействие - это такое, которое позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником (коммуникативное равновесие), то есть остаться с ним в нормальных отношениях, не поссориться.

Эффективное речевое воздействие

1. Достижение поставленной цели

2. Сохранение коммуникативного равновесия

Мы, однако, уже отметили выше, что цели у говорящего в общении могут быть разными - информационная, предметная, коммуникативная. Какие же из этих целей необходимо достичь говорящему, чтобы можно было считать его речевое воздействие эффективным?

Рассмотрим следующие коммуникативные ситуации. Знаками + и - обозначены достижение соответствующей цели и недостижение ее.

1.

-Передайте , пожалуйста, соль!	Информационная +
-Пожалуйста!	Предметная +
	Коммуникативная +

2.

-Передайте , пожалуйста, соль!	Информационная +
-Простите, здесь соли нет.	Предметная -
	Коммуникативная +

3.

- Дайте соль!	Информационная	+
- А почему так грубо?	Предметная	-
	Коммуникативная	-

4.

-Передайте , пожалуйста, соль!	Информационная	-
-Что?	Предметная	-
	Коммуникативная	-

5.

-Передайте , пожалуйста, соль!	Информационная	+
-На!	Предметная	+
	Коммуникативная	-

В каких случаях можно считать речевое воздействие эффективным, в каких - нет?

Разумеется, эффективно воздействие в том случае, если достигнуты все три цели (пример 1). Но так бывает, как мы видим, не всегда. Возможны варианты.

Если не достигнута информационная цель (вас не поняли), то эффективность речевого воздействия всегда равна нулю. Отсюда вывод: надо говорить четко и понятно.

Если не достигнута коммуникативная цель (отношения не сохранены, нарушены, собеседник обиделся), то такое воздействие также неэффективно, поскольку сохранение коммуникативного равновесия - одно из условий эффективности речевого воздействия (по определению, см. выше).

А вот если предметная цель не достигнута, то речевое воздействие может иногда быть эффективным: если цель не достигнута по объективным причинам (соли физически нет на столе), но при этом коммуникативное равновесие сохранено (пример 2).

А если мы достигли предметной и информационной цели, но не достигли коммуникативной (пример 5)? В таком случае результат есть - соль мы получили, но нормальных отношений с собеседником не установили. Такое речевое воздействие называют результативным (есть результат), но неэффективным (так как второе правило - коммуникативное равновесие - не соблюдено). Таким образом, *эффективное и результативное речевое воздействие - разные вещи.*

В остальных случаях недостижение предметной цели свидетельствует о неэффективности речевого воздействия - значит, мы что-то

сделали неправильно: не так попросили, не те приемы использовали, не учли какие-то законы общения и т.д.

Люди, связанные с производством, считают эффективным достижение цели с минимумом затрат. Если цель достигнута, а затраты невелики - значит, деятельность была эффективной. Подобную точку зрения высказывают и некоторые специалисты в области делового общения: «Деловое взаимодействие можно назвать эффективным, если оно достигает своих целей с минимальными затратами времени и энергии и оставляет чувство удовлетворения» (Н.В.Гришина. Я и другие. Общение в трудовом коллективе. М., 1990, с. 8).

Таким образом, чем меньше затраты на достижение цели, тем эффективнее наша деятельность (если цель достигнута). Это подход со стороны себестоимости деятельности. Если в производстве такое понимание эффективности часто приемлемо и даже необходимо - повышение эффективности производства достигается за счет снижения затрат для получения конечного результата, то в общении подобный подход оказывается не только неприменимым, но и неверным. Эффективное общение - это не только такое, которое позволило достичь результата, но такое, при котором между участниками общения сохранилось равновесие отношений. А именно на достижение этого - сохранение равновесия отношений - и затрачивается нередко основная часть коммуникативных усилий коммуникатора (ср. ниже коммуникативный закон *зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий*, глава 3).

В коммуникации нельзя повышать эффективность, снижая затраты. Надо, наоборот, применять весь арсенал вербальных и невербальных средств, соблюдать законы и правила общения, применять приемы эффективного речевого воздействия, соблюдать нормативные правила общения и т.д. Только максимум усилий дает желаемый коммуникативный результат - достигается цель общения и сохраняется равновесие отношений между общающимися. Эффективность коммуникации прямо пропорциональна объему затраченных коммуникативных усилий.

Вспомним следующее: короткие просьбы и распоряжения всегда выполняются менее охотно - они обычно воспринимаются как более грубые, агрессивные. Вежливость предполагает соответствующую интонацию и более развернутые формулы просьбы, распоряжения и т.д. - такие формулы позволяют применить несколько приемов установления контакта, подать несколько сигналов вежливости, расположения к собеседнику. Именно поэтому надо учиться просить, отказывать и т.д. развернуто - это оказывается более эффективно.

Если же собеседники ставят перед собой чисто коммуникативные цели - поддержать отношения (светская беседа, чисто фатический диалог), и при этом соблюдают принятые в обществе каноны светского общения, то такое общение (при отсутствии нарушений) всегда оказывается эффективным, так как в этом случае предметная цель совпадает с коммуникативной (поддержать отношения).

Таким образом, общение эффективно тогда, когда мы достигли результата и сохранили или улучшили отношения с собеседником; по крайней мере - не ухудшили. Это означает, что мы сохранили коммуникативное равновесие.

Известный американский гангстер Эль Капоне говорил: “При помощи доброго слова и револьвера можно достичь гораздо большего, чем при помощи одного только доброго слова”. Он, конечно, прав - ведь он судит по своему опыту. Но наша цель - добиваться успеха добрым словом без револьвера. В этом и заключается искусство эффективного общения, искусство речевого воздействия на собеседника.

Коммуникативное равновесие бывает двух видов - горизонтальное и вертикальное. Горизонтальное коммуникативное равновесие - это адекватное выполнение в соответствии с принятыми в обществе правилами *роли равного* - по степени знакомства, по возрасту, по служебному положению, по социальному положению и др. Это значит - оправдывать ролевые ожидания равных тебе, говорить с ними в рамках принятых в обществе правил вежливости и уважения.

Вертикальное коммуникативное равновесие связано с соблюдением норм общения, принятых для лиц, находящихся в неравных отношениях по вертикали: начальник - подчиненный, старший - младший, занимающий более высокое служебное положение - занимающий более низкое служебное положение, стоящий выше в социальной иерархии - стоящий ниже в социальной иерархии.

И при горизонтальном, и при вертикальном коммуникативном равновесии важно, чтобы соблюдались принятые в обществе ролевые нормы. Если равный не командует равным ему, начальник не унижает, сын послушен родителям, подчиненный уважителен и т.д., то коммуникативное равновесие соблюдено.

Для того, чтобы наше речевое воздействие было эффективным, необходимо соблюдение ряда условий. Если какие-то из этих условий не будут соблюдены, эффективность речевого воздействия оказывается под вопросом.

Существуют определенные *условия*, соблюдение которых необходимо для эффективности речевого воздействия в конкретном акте общения:

1. Знание коммуникантом общих законов общения и следование им.
2. Соблюдение коммуникантом правил бесконфликтного общения
3. Использование им правил и приемов речевого воздействия.
4. Реальная достижимость поставленной предметной цели.

И еще один очень важный момент, учитывать который необходимо при обсуждении проблем эффективности речевого воздействия.

В любом цивилизованном обществе действует важнейшая коммуникативная аксиома, которая гласит: *со всеми людьми надо поддерживать коммуникативное равновесие*. Если участники общения разделяют эту аксиому, придерживаются ее – исходят из того, что коммуникативное равновесие поддерживать надо – с такими людьми можно говорить о способах и приемах эффективного общения, о бесконфликтном общении и т.д. Если люди эту аксиому не разделяют и считают, что вовсе не обязательно поддерживать коммуникативное равновесие – такие люди находятся за рамками цивилизованного общества и их общение осуществляется по другим, не цивилизованным законам.

Нарушение основной коммуникативной аксиомы в общении ведет к конфликту, а общение становится неэффективными. Можно, конечно, грубостью или принуждением добиться от собеседника поставленной вами предметной или информационной цели, но такое общение уже лежит за рамками цивилизованного, и хотя его можно будет назвать результативным, но оно никак не будет эффективным – по определению.

Два основных требования к эффективному речевому воздействию можно назвать принципами эффективного общения. Таким образом, можно констатировать, что основными принципами эффективного общения являются *принцип результативности* и *принцип коммуникативного равновесия*.

5. Речевое воздействие и манипуляция

Важным теоретическим разграничением в науке о речевом воздействии является разграничение речевого воздействия и манипулирования.

Речевое воздействие -это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д.

Манипулирование -это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т.д. неосознанно или вопреки его собственному мнению намерению.

Наука о речевом воздействии должна включать как изучение средств собственно речевого воздействия, так и средств манипуляции. Современный человек должен обладать всеми навыками, поскольку в различных коммуникативных ситуациях, в различных аудиториях, при общении с различными типами собеседником появляется необходимость как в речевом воздействии, так и в манипуляции (ср. например, случаи необходимости воздействия на расшалившихся или расплакавшихся детей, эмоционально возбужденных людей, пьяных и др.). Манипулятивное воздействие как тип речевого воздействия не является ругательным словом или морально осуждаемым способом речевого воздействия .

6. Общение и ролевое поведение

Понятия социальной и коммуникативной роли входят в теоретический арсенал науки о речевом воздействии в качестве важнейших теоретических понятий.

В.Шекспир писал:

Весь мир – театр,
В нем женщины, мужчины – все актеры,
У них свои есть выходы, уходы,
И каждый не одну играет роль.

Понятие роли. Виды ролей

Определим сначала понятие роли вообще. *Роль* - это определенная типовая модель поведения людей, принятые в обществе правила поведения и общения для определенных стандартных ситуаций.

Роли подразделяются на *социальные и коммуникативные*.

Социальная роль - это поведение человека, обусловленное его социальным статусом, то есть обусловленное тем, кем он на самом деле является в обществе или в конкретной ситуации.

Социальная роль проявляется в действиях человека. Начальник, подчиненный, отец, мать, сын, дочь, учитель, милиционер, продавец, пешеход, мужчина, женщина, взрослый, ребенок и т.д. - все это социальные роли, определяемые профессией, родом деятельности, полом, возрастом, реальными отношениями людей в обществе.

Социальная роль строится по правилам (нормам), принятым в обществе - всем известно, как должен вести себя настоящий мужчина, начальник, мать, сын, учитель, ученик и т.д. Люди, выполняющие те или иные социальные роли, должны вести себя по соответствующим нормам: начальник - как начальник, ученик - как ученик, пешеход - как пешеход и т.д., они должны и выглядеть соответственно роли, и действовать, и говорить так, как этого требует роль.

Бывают кратковременные (пешеход, проситель, покупатель, пациент) и долговременные (начальник, сын, дочь, мать) социальные роли.

Коммуникативная роль - это поведение человека в общении, в той или иной коммуникативной ситуации.

Коммуникативная роль - это тот образ, который человек создает в общении для достижения определенной цели. Коммуникативная роль - это то, как человек *подает* себя в общении, кем он “прикидывается” для достижения той или иной практической: уверенный, стеснительный, распорядитель, знаток, сомневающийся, скромный, неудачник, унылый, весельчак, кокетка, суровый, простак, маленький человек и т.д. - это все коммуникативные роли.

Коммуникативная роль складывается из определенных действий, а также из определенного набора жестов, фраз, интонаций, внешности, одежды.

Коммуникативные роли могут и не соответствовать социальной роли говорящего - их репертуар гораздо шире, чем набор социальных ролей, и их выбор, смена, умение разыграть (проситель, беспомощный, маленький человек, крутой, знаток, решительный и мн. др.) составляют одну из сторон искусства речевого воздействия отдельной личности. Ср. таких мастеров исполнения различных коммуникативных ролей как Чичиков, Хлестаков, Остап Бендер – разыгрывая те или иные коммуникативные роли, они добивались своих целей в общении с окружающими и получали немалую материальную выгоду.

Исполнение коммуникативной роли дает человеку возможность воздействовать на окружающих в нужном ему направлении. Для того, чтобы достичь поставленных целей, человек и надевает ту или иную ролевую маску. Рассчитывая на помощь окружающих, он на определенном этапе своего движения к цели, например, может стремиться просто понравиться им, а потом уже - заручиться их поддержкой. Если мы хотим, чтобы нас пожалели, то становимся «жалкими», то есть создаем для себя образ “обиженного”, “страдающего”, “нуждающегося в помощи”: говорим слабым голосом, ходим походкой больно-го. Так поступают некоторые школьники, симулирующие болезнь, чтобы не пойти в школу.

Если мы хотим ошеломить собеседника натиском, мы надеваем маску *решительного* или *крутого*: говорим громче обычного, быстро, отрывисто, короткими фразами, повелительной интонацией, распрямляем плечи, смотрим на собеседника сверху вниз, движемся быстро и решительно и т.д.

Если хотим, чтобы нам подчинялись, мы становимся «значительными»: распрямляемся, чтобы казаться выше, повышаем громкость голоса, смотрим прямо в глаза собеседника. Так ведут себя старшие братья по отношению к непослушным младшим, формируя имидж «решительного», «старшего», «опытного», «всезнающего», «доминанта».

Коммуникативные роли подразделяются на стандартные и инициативные.

Стандартная коммуникативная роль - это коммуникативное поведение человека, принятое в обществе для соответствующей социальной роли и ситуации.

Стандартная коммуникативная роль предполагает, что человек определенного социального статуса, то есть играющий определенную социальную роль (начальник, отец, сын, подчиненный, учитель, ученик и т.д.), ведет себя в общении так, как принято в данной культуре, в данном обществе для людей его статуса, социальной роли (*начальник* решителен, вежлив, распоряжается, *учитель* понятно объясняет, уважителен к ученикам, культурно говорит, доброжелателен, но строг, ученик вежлив к учителю, внимателен на уроке, культурно разговаривает, вежливо отвечает и т.д.).

Стандартные коммуникативные роли по степени соответствия их принятым в обществе нормам могут быть подразделены на *нормативные* (соответствующие принятым нормам – сын вежлив, послушен, уважителен к родителям, начальник строг, но вежлив и т.д.) и *ненормативные* (не соответствующие, нарушающие общепринятые нормы – сын непослушен, начальник груб с подчиненными и т.д.). Если стандартная коммуникативная роль исполняется нормативно, то общение протекает гладко, спокойно, бесконфликтно; если же исполнение стандартной роли осуществляется ненормативно – из-за неумения, низкого уровня культуры или просто из-за незнания норм – это, как правило, вызывает конфликты, обиды и ссоры, делает общение неэффективным.

Инициативная коммуникативная роль - это тот образ, который человек сознательно создает в общении для достижения определенной цели, это то, кем он решил «прикинуться» для достижения поставленной им задачи.

Инициативные коммуникативные роли бывают *кратковременными* (ситуативными) - нуждающийся в помощи, "нищий", проситель, требователь, крутой, готовый услужить и т.д. и *долговременными* - борец за правду, обиженный, несправедливо гонимый, народный защитник, борец с привилегиями, борец за местные интересы, бессребренник, романтик, крепкий хозяйственник, бывалый мужик, светская дама, молодящийся мужчина, супермен и т.д. Если та или иная инициативная коммуникативная роль становится долговременной, исполняется долго, годами, она становится имиджем человека.

Имидж - это долговременная инициативная коммуникативная роль, долговременная ролевая маска, которая "надевается" человеком надолго для достижения популярности, завоевания внимания, поддержания интереса к личности, получения выборной должности и т.д..

РОЛИ

Социальные роли		Коммуникативные роли			
Долговременные (мать,сын, начальник, учитель)	Кратковременные (пешеход, покупатель, проситель, пациент)	Стандартные		Инициативные	
		Нормативные	Ненормативные	Долговременные (имидж)	Кратковременные (проситель, требователь, отчаявшийся)

Социальные роли

И.С.Кон определял социальную роль как нормативно одобренный обществом образ поведения, ожидаемый от каждого занимающего данную социальную позицию (Кон И.С. Социология личности. М., 1967, с.23).

Р.Белл следующим образом объяснял существование социальных ролей:

- каждый человек является членом различных групп,
- в группе он обладает определенным местом в иерархии – статусом,
- статусу присущ престиж – влияние или некий ореол, придающий весомость высказываниям обладателя престижа,

- статусу присущи роли –регулируемые правилами способы участия в деятельности групп.

Р.Белл выделяет следующие типы социальных ролей:

По степени официальности

- 1.Официальные (начальник – подчиненный, учитель - ученик, гражданин – представитель власти, солдат – офицер, исполнитель - зритель) При исполнении официальных ролей человек должен следовать своему статусу («Это моя обязанность...»).
2. Неофициальные (друг, игрок, подруга, знакомый, влюбленный). В этих ролях сильно проявляется индивидуальность, они менее предсказуемы, в этих ролях заложена большая конфликтность.
3. Полуофициальные (муж, жена, ребенок, родитель)
Эти роли трудные, конфликтогенные.

По продолжительности функционирования

1. Долговременные (муж, жена, сын, отец, учитель).
2. Кратковременные (клиент, пешеход, покупатель, влюбленный, пациент).

По сложности

1. Простые - кратковременные (зритель, пешеход).
2. Сложные – долговременные (отец, сын, начальник).

По отношению к другим людям

1. Распорядительные (начальник, преподаватель, учитель, шофер автобуса, экскурсовод).
2. Подчиненные (исполнительные) – ученик, пассажир, экскурсант.
3. Исполнительные, но связанные с людьми (продавец, кассир, вахтер, официант, таксист, водитель автобуса). Такие роли их исполнители часто пытаются играть как распорядительные. Если исполнители не хотят что-то делать, то ссылаются на свою подчиненную роль (начальник не разрешает).

Для каждой роли есть определенные нормы поведения, которым индивид должен следовать в глазах окружающих. Например:

Ну, теперь ты начальник!

Она вышла замуж – теперь ей не до друзей...

Некоторые нормы – это языковые нормы, нормы общения:

Напр.:

В нем *заговорил* отец, ребенок, начальник, в ней *заговорила* женщина...(то есть он стал говорить как типичный начальник, она –как типичная женщина).

Роли исполняются в определенных *сферах* – повторяющихся ситуациях.

Роль исполняется путем выбора адекватных норм общения и поведения. Ролевые отношения поддерживаются законами, социальной структурой общества.

Существует *ролевое равенство* – когда обе роли равны по статусу (оба начальники, оба подчиненные), такое общение называется горизонтальным. Ролевое неравенство наблюдается, когда собеседники неравны, такое общение – вертикальное.

Социальная роль человека зависит от социальной сферы, в которой он оказывается (то есть от социальной ситуации, в которой человек находится, оказывается). Например, один и тот же человек может быть: начальником – в административной сфере, мужем в семейной, пешеходом – в транспортной, клиентом – в сфере услуг, пациентом – в медицинской сфере, покупатель – в торговой, другом – в сфере межличностных отношений, коллега – в производственной сфере, сын – в родственной сфере, старожил – в сфере проживания, преступник – в сфере закона, налогоплательщик – в финансовой сфере, квартиросъемщик – в коммунальной сфере и т.д.

Необходимо менять роли, оказываясь в других сферах, других ситуациях: роли действуют только в рамках соответствующих сфер. Нельзя переносить свою социальную роль в другую ситуацию. Если профессор в магазине предъявляет претензии к качеству товара и обслуживания, восклицая «Я профессор, в конце концов!», он играет роль профессора не в той ситуации, в которой это нужно.

Отсюда мы не боимся чужих начальников- «он не мой начальник». Директор школы на субботнике должен быть не директором, а рядовым участником, начальник на вечеринке в коллективе должен быть рядовым участником вечеринки.

Нельзя побуждать людей исполнять свои социальные роли за пределами соответствующих социальных сфер, в чужих ситуациях.

В.Леви приводил в одной из своих книг ситуацию, когда приятная молодая женщина – врач-проктолог (специалист по болезням прямой кишки) в конце дружеской вечеринки прочувствованно сказала:

- Спасибо вам всем, мои дорогие, большое спасибо!
- За что спасибо?
- За то, что никто из вас не рассказал мне о своем геморрое!

Кстати, врачу всегда жалуются на здоровье. А с шофером обычно говорят о машинах.

Существуют ролевые конфликты – связанные с неправильным выполнением людьми ролей. Эти конфликты бывают связаны:

с неумелым, неправильным выполнением человеком своей роли (начальник не руководит, подчиненный не подчиняется);

с тем, что формальная роль человека не совпадает с его фактической ролью (человек формально начальник, а фактически его руководящую роль выполняет другой человек);

с сохранением человеком своей роли в новой ситуации, с тем, что он не сменил вовремя свою роль (офицер дома командует, как в воинской части, учительница назидательно разговаривает со своими домашними).

Коммуникативные роли

Инициативные коммуникативные роли – как кратковременные, так и долговременные – являются средствами речевого воздействия, кратковременного или долговременного, соответственно. Эти роли выбираются и исполняются людьми сознательно, для достижения определенной цели.

Для достижения эффективности в общении необходимо уметь выбрать подходящую для ситуации коммуникативную роль и правильно ее исполнить. Необходимо также менять коммуникативные роли с изменением ситуации.

Например, мужчина в санатории хочет попросить у дежурной по этажу кипятку себе в палату.

Возможны разные варианты:

1. Ради бога, дайте кипяточку – дочери надо таблетку принять, болеет.

Коммуникативная роль – заботливый отец.

2. Дайте чайник, прошу вас, у жены историка – идем в гости, она не накручена.

Коммуникативная роль – внимательный муж

3. Леночка, радость моя, организуй кипяточку!

Коммуникативная роль – ловелас и т.д.

О.Бендер был мастером исполнения коммуникативных ролей начальников, милиционеров, распорядителей, грессмейстеров, инспекторов пожарной охраны, Хлестаков исполнял коммуникативную роль начальника, Чичиков – коммуникативную роль интеллигента, помещика, знатока бильярда, лошадей и т.д.

Необходимо отметить, что одни и те же роли могут быть и социальными, и коммуникативными: разница в том, что если для человека данная роль социальная, то он действительно является начальником, инспектором, профессором, генералом, больным и т.д., а если коммуникативная – то он изображает из себя этих людей.

Приведем примеры возможных и наиболее часто встречающихся коммуникативных ролей:

проситель, требователь, заботливый, ищущий совета, знаток, распорядитель, нахал, крутой, советчик, старший товарищ, все понимающий, готовый помочь, супермен, красавец (красотка), бывалый, неопытный, маленький человек, хозяин положения, жертва, преследователь, контролер (всех учит, всем делает замечания – унтер Пришибев), бунтарь, несчастный, подконтрольная личность, маленький человек, всемогущий, гонимый, больной, ловелас, доминант, воспитанный, приезжий (не местный), все знающий, кавалер, антисплетник, доброт, знаменитость, озабоченный, очень занятой, секретоноситель, лучше других информированный, беспомощный, дурачок, растяпа, калека, родитель, взрослый, ребенок, наказатель порока, искатель справедливости, представитель власти, заботливый, благожелатель (надо заботиться о здоровье, хорошо учиться, я хочу вам помочь), неимущий, терпеливый, разоблачитель, сознательный, нуждающийся в помощи, доверяющий сокровенное, законопослушный, требующий справедливости, готовый еще подумать, бдительный, простак, перегруженный, славный парень, организатор развлечений, истец, ответчик, судья, надежный человек и т.д.

7. Коммуникативные позиции в трансакционном анализе Э.Берна

Американскому психоаналитику Э.Берну принадлежит термин *трансакционный анализ*, под которым понимается анализ общения с точки зрения выявления того, с какой позиции произносятся собеседниками те или иные реплики в их диалоге.

Трансакции, по Э.Берну - это обмен репликами, это единица диалогического общения. Автор выделяет несколько видов трансакций :

дополнительные – когда обмен репликами осуществляется с полным взаимопониманием сторон, общение идет бесконфликтно. Например: -Который час? - Без пяти два. –Уже два? –И не говорите , время бежит очень быстро. В этом случае оба собеседника дополняют, развивают мысли друг друга;

параллельные – бесконфликтный обмен репликами, когда собеседники отвечают друг другу в соответствии с ожиданиями собеседника: -Вы не дадите мне нож? –Возьмите, пожалуйста! – Я хочу пить! – Возьми в холодильнике сок. –Давайте сбежим с уроков! –Давайте;

пересекающиеся – конфликтный обмен репликами, когда собеседники нарушают конвенции вежливого общения: - Где мои часы? –

Почему я всегда должна знать, где лежат твои вещи? – Почему столы не накрыты? – Будете кричать, накроем ваши столы в последнюю очередь;

скрытые – обмен репликами, имеющими скрытый смысл, например: ковбой – девушке: - Не хотите осмотреть конюшни, мисс? – Я обожаю смотреть конюшни! (скрытый смысл –ухаживание).

Э.Берн выделил три роли, которые коммуниканты бессознательно исполняют в процессе общения – роли *родителя, взрослого и ребенка*. Он рассматривал эти роли как проявления эго-состояния личности, то есть ее внутреннего психического состояния в момент общения. Применительно к науке об общении эти эго-состояния в их коммуникативных ипостасях (оставляя в стороне причины этого состояния) можно рассматривать как максимально обобщенные коммуникативные роли, которые мы называем далее коммуникативными позициями (говорить с *позиции* ребенка, взрослого, родителя – говорить в *роли* ребенка, родителя, взрослого звучит неблагозвучно).

Коммуникативная позиция ребенка – общение по принципу хочу-не хочу, эмоциональность, капризность, ранимость, легковерие, игривость, непостоянство, желание ощутить заботу, опеку.

Коммуникативная позиция родителя – имитация собственных родителей, констатация норм (можно-нельзя, хорошо-плохо), автоматизированные стереотипы поведения, обеспечивающие выживание человеческого рода, уверен в себе, осознает превосходство, право наказывать, безапелляционен, требует уважения к себе, следит за порядком, склонен покровительствовать.

Коммуникативная позиция взрослого – опора на нормы логики, здравый смысл, учет реальной ситуации, стремление быть на равных, не показывать покровительство, слушает, оценивает, задает вопросы, жесты и позы изменяются в соответствии с содержанием речи, корпус и голова ровные. Взрослый всегда посредник между ребенком и родителем.

Трансакционный анализ выявляет, какие эго-состояния (состояния «Я») вызывают реплику, какие – реакцию.

Так, транзакция - Который час? –Без пяти два – это разговор взрослого с взрослым, - Давай убежим с уроков! - Давай! – ребенок с ребенком, -Где мои часы? –Почему я должна это знать? – вопрос задает взрослый взрослому, отвечает родитель ребенку.

Р.Шульц, последователь трансакционного анализа, конкретизировал коммуникативные позиции Э.Берна, выделив родителя критического (автоматически оценивает, приказывает, ищет виновных, запрещает, указывает, проводит границы, догматичен (ты должен, ты не

должен, я не позволю) и родителя заботливого (одобряет, поддерживает, сочувствует, защищает, помогает, покровительствует, советует (бедняга, не вешай нос, тебе это по силам, ты молодец, я помогу тебе сделать), протягивает руки, поглаживает по голове.

Кроме того, Р.Шулц выделил ребенка свободного – естественен, энергичен, нетерпелив, творческая натура (я хочу, мне надо, шикарно, класс, так тебе и надо), ребенка приспособляющегося (я хотел бы, я попробую, я боюсь, я хотел только, что же мне делать), пожимает плечами, кусает губы, голова склонена, и ребенка - бунтаря - протестует против более сильных и авторитетных, строптив, груб, агрессивен (не хочу, оставь меня), опущенная голова, угрожающие позы.

Коммуникативные позиции взрослого, родителя и ребенка являются наиболее обобщенными коммуникативными ролями (поэтому мы и считаем более удобным называть их позициями), все остальные, выделенные и перечисленные нами выше, могут быть распределены по этим трем.

При всем разнообразии возможных трансакций в реальном общении можно выделить некоторые закономерности, отражающие результаты исполнения говорящим указанных ролей.

Если разговор начинает родитель, он ожидает, что ему ответят с позиции ребенка, и наоборот – реплика, сделанная с позиции ребенка, провоцирует ответ с позиции родителя. Любому коммуниканту обычно приятно, когда к нему обращаются с позиции ребенка, поскольку такое обращение есть признание в нем родителя. Такое общение обычно состоит из параллельных трансакций и является бесконфликтным. Однако навязываемая коммуникативная позиция должна устраивать собеседника. Стоит ответить родителю не с ожидаемой им позиции ребенка, а с позиций родителя же, возникает конфликт: - Когда ты, наконец, научишься сам помнить о своих делах? – А когда ты научишься не делать мне замечаний?

Позиция взрослого предполагает ответ с позиции взрослого, а не ребенка или родителя, в противном случае возникает конфликт:

- Когда завтра мы уезжаем на экскурсию? – Вы что, не слышали? Все знают, а вы нет! В 9.30 и не опаздывайте!

Обращение с позиции ребенка провоцирует ответ с позиции родителя: - Ну почему мне всегда не везет? – Ничего, все не так плохо! Не расстраивайся, все устроится.

8. Аспекты речевого воздействия

Существуют два основных аспекта речевого воздействия – вербальный и невербальный.

Вербальное речевое воздействие

Вербальное речевое воздействие – это коммуникативное воздействие, осуществляемое средствами языка, при помощи языковых единиц. Это воздействие словами, текстом. Релевантны для вербального речевого воздействия выбор языковых средств для выражения мысли, само содержание речи – ее смысл, приводимая аргументация, расположение элементов текста относительно друг друга, использование приемов речевого воздействия и др. В результате вербального воздействия возникает также подтекст – скрытый смысл сообщения, косвенно передаваемый текстом.

Невербальное речевое воздействие

Невербальное речевое воздействие – это воздействие, осуществляемое сопровождающими речь несловесными сигналами. Невербальное воздействие может быть не только речевым – оно может быть чисто зрительным, физическим и др. Нас, однако, интересуют невербальные факторы, сопровождающие речь и дополняющие, обогащающие, корректирующие ее, несущие информацию в процессе общения. Все эти факторы дополняют и сопровождают *речь* и рассматриваются нами исключительно в их соотношении с речью, что и позволяет нам использовать термин *невербальное речевое воздействие*.

Невербальные сигналы выполняют следующие функции:

- передают информацию собеседнику (намеренную и ненамеренную);
- воздействуют на собеседника (сознательно и бессознательно);
- воздействуют на говорящего (самовоздействие), сознательно и бессознательно.

Соотношение вербального и невербального речевого воздействия

В процессе общения в целом вербальные и невербальные факторы речевого воздействия самым тесным образом взаимосвязаны, однако есть определенная асимметрия в их роли на разных этапах акта коммуникации.

Так, по мнению большинства лингвистов, невербальные факторы коммуникации играют наиболее важное значение на этапе знакомства людей друг с другом, на этапе первого впечатления и в процессе осуществления категоризации.

По данным Е.А.Петровой, в первые 12 секунд общения при знакомстве 92% получаемой собеседниками информации невербально. По ее же данным, основная информация о взаимоотношениях людей передается собеседниками друг другу в первые 20 минут общения.

Количество невербальных сигналов очень велико. Существует около 1000 невербальных сигналов (А.Пиз), некоторые ученые полагают, что это число достигает 3-5 тысяч, причем у отдельных сигналов есть несколько вариантов. По мнению Л.Броснахана, существует около 1000 поз, около 20 тыс. выражений лиц. Их роль в процессе общения тоже очень велика. А.Пиз приводит мнения американских специалистов о соотношении вербальной и невербальной информации в общении: проф. А.Мейербиан отводит словесной информации 7%, интонации 38% и невербальным сигналам –55%; проф. Р.Бердвиссл отводит 35% словесным факторам и 65% несловесным. Сам А.Пиз отмечает, что словесный канал используется людьми в основном для передачи информации о внешнем мире, внешних событиях, то есть предметной информации, а невербальный канал – для обсуждения межличностных отношений.

Женщины лучше, чем мужчины, распознают невербальные сигналы, особенно развита эта способность у тех, кто воспитывает маленьких детей.

А.Пиз (Язык жестов, с.23) отмечает также, что невербальный сигнал несет примерно в пять раз больше информации, чем вербальный.

Когруэнтность – соответствие смыслов вербальных и сопровождающих их невербальных сигналов, неконгруэнтность – противоречие между ними. Установлено, что в условиях неконгруэнтности, то есть если смысл невербального сигнала противоречит смыслу вербального сигнала, люди обычно склонны верить невербальной информации. Так, если человек рубит воздух кулаком и горячо говорит, что он за сотрудничество, за то, чтобы найти общее согласие, то публика наверняка ему не поверят из-за агрессивного жеста, противоречащего содержанию вербальной информации.

Невербальные сигналы многозначны, как и слова. К примеру, невербальный сигнал «кивок головой» в зависимости от контекста употребления может означать согласие, внимание, узнавание, приветствие, признательность, благодарность, разрешение, побуждение и т.д.

По наблюдениям Е.А.Петровой, при официальном общении жесты

приближаются в национально-культурным нормам, при неформальном общении проявляется их индивидуальность (с.21). Невербальная коммуникация наиболее активна у человека в детском и молодом возрасте, с увеличением возраста носителя языка она постепенно ослабевает.

Во всех странах умеренная жестикауляция считается признаком интеллигентности, воспитанности.

Проблемы описания невербального коммуникативного поведения

При описании невербального коммуникативного поведения мы имеем дело с многочисленными *невербальными сигналами* – данный термин предлагается оставить в качестве родового для всех значимых в смысловом отношении невербальных проявлений, участвующих в процессе человеческого общения.

Невербальные сигналы – материальные, чувственно воспринимаемые действия общающихся, включая действия с предметами, несущие для собеседников и окружающих определенный, закреплённый данной культурой смысл.

Среди невербальных сигналов целесообразно различать *симптомы, символы и знаки (собственно невербальные сигналы)*.

Симптомы – невербальные явления (движения, действия), проявляющиеся в деятельности человека бессознательно и отражающие психическое или физическое состояние участника общения. Симптомы культурно обусловлены, преимущественно представляют собой мимические движения и их сочетания (симптом страха, радости, удовольствия, задумчивости и т.д.).

Символы представляют собой проявление так называемого социального символизма – символического значения, приписываемого социумом определенным предметам, действиям.

Социальные символы непосредственно не участвуют в коммуникации, но они несут коммуникативно релевантную информацию, включаясь тем самым опосредованно в процесс обмена информацией между людьми. Примеры невербальных символов: иномарка, норковая шуба, собственная вилла – зажиточность, короткая стрижка – символ «крутизны», длинные волосы – артистическая профессия и т.д. Социальные невербальные символы имеют ярко выраженную национальную специфику.

Знаки или собственно невербальные сигналы – преимущественно сознательно продуцируемые невербальные действия, имеющие в данной культуре определенный знаковый смысл, относительно стандарт-

ное значение.

Невербальные знаки включают:

- *знаки языка телодвижений* (взгляд, мимика, поза, стойка, движение, походка, осанка, посадка, физический контакт, манипуляции с предметами),
- *знаки организации пространства общения (проксемические знаки),*
- *знаки молчания.*

Многие невербальные явления могут иметь как знаковую, так и симптоматическую функции, а также могут играть и определенную символическую роль в общении, поэтому четко разграничить невербальные сигналы далеко не всегда удастся. Однако, как правило, тот или иной сигнал имеет основную функцию, и по этой функции его можно классифицировать. Если невербальный сигнал чаще продуцируется сознательно, он относится к знакам (собственно сигналам), если чаще бессознательно – к симптомам. Тем не менее, в ряде случаев разграничение оказывается условным.

Среди невербальных знаков самую большую группу составляют *жесты* – значимые движения тела, которые подразделяются на следующие разряды.

Номинативные – их функция заменять или дополнять вербальные средства, дополнять или дублировать их. Они используются автономно или вместе с вербальными средствами. К номинативным относится и большой разряд изобразительных жестов – их особенность в том, что они передают чувственный образ предмета, действия. Часто изобразительный образ лежит в основе соответствующего фразеологизма или описательного оборота .

Эмоционально- оценочные – выражают оценку чего-либо в ходе общения (собеседника, его действий, слов, окружающих предметов, событий, третьих лиц.

Указательные жесты - выделяют предмет, ориентируют собеседника в пространстве.

Риторические жесты – жесты, которые имеют усилительный характер, усиливают выражаемое содержание, акцентируют или усиливают отдельные части высказывания, текста в целом. Риторические жесты могут подчеркивать ритмический рисунок высказывания, подчеркивать коммуникативно значимое членение речи.

Игровые - шуточные, используемые для игры, развлечения.

Вспомогательные - жесты, используемые преимущественно в качестве физической помощи себе или собеседнику в конкретной ситуации.

Магические - жесты, используемые в суеверных, магических целях.

Кроме того, релевантным оказывается также описание *невербальных сигналов уважения и неуважения*, что очень существенно для межкультурной коммуникации.

Отдельные невербальные симптомы, сигналы и символы представляют собой коммуникативные признаки, то есть элементы системы невербальных коммуникативных средств того или иного народа.

Предлагаемая модель основана на эмпирическом описании русского невербального коммуникативного поведения и выступает в качестве базы для сравнения русских невербальных коммуникативных признаков с коммуникативными признаками невербального поведения других народов.

*Модель описания
невербального коммуникативного поведения
(на основе описания русского коммуникативного поведения)*

1. Невербальные знаки

Язык телодвижений

- Взгляд
- Мимика
- Позы
- Осанка
- Стойка
- Походка, движение в ходе общения
- Физический контакт в ходе общения, его виды, функции, допустимость
- Манипуляции с предметами, значение, допустимость
- Риторическое поведение
- Жесты
 - а) Номинативные жесты
 - Просьба, побуждение
 - Проходите
 - Садитесь
 - Пойдем
 - Закурить
 - Дайте спичку, зажигалку
 - Дайте немного
 - Дайте прикурить
 - Дайте слово, дайте сказать
 - Иди сюда
 - Вон отсюда
 - Подвезите
 - Давайте поаплодируем

- Пора начинать
- Бис
- Прекращайте выступление
- Встаньте
- Молчите
- Выпьем
- Скорее заканчивай, закругляйся
- Хватит, довольно, прекращай, стоп
- Давай, давай
- Нужен собутыльник
- Позвони мне
- Напиши мне
- Заканчивай
- Не торопись
- Не волнуйся
- Тише
- Делим поровну
- Повтори громче, повтори еще раз
- Ну, давай
- Иди сюда
- Остановись, дай отдохнуть
- Не волнуйся, не торопись
- Говори быстрее
- Молчи, секрет
- Давай, давай, иди ко мне
- Дай
- Вон он! Вот он!
- Прости
- Пошли, пошли пешком, пора уходить
- Пойдем выйдем
- Приглашаю
- Прими участие, поддержи
- Умоляю
- Очень прошу
- Защити меня
- Прости
- Умоляю
- Прошу внимания
- Тишина. Внимание!
- Господи помоги
- Давай, начинай
- Разговор окончен, пора уходить
- Регламент истек
- Пройдемся вместе
- Бросьте мне мяч
- Держи голову выше
- Подумай хорошенько
- Стоп!
- Деньги давай!

Запрет

Приветствие

Прощание

Вопросительные

- Который час?
- Я? Мне? Меня?
- Ну что?
- Там, у себя?
- Я за вами?
- Вы туда?
- Закурить есть?
- Можно войти?

Утешение, сочувствие, подбадривание

Победа

Знакомство

Благодарность

Окончательное решение

Завершение разговора

Отрицание, несогласие, отказ

Согласие, подтверждение

Привлечение внимания

Угроза, предупреждение

Изобразительные

- Похудел
- Поправился, растолстел
- Болтун
- Пьяница
- Чуть-чуть, немного
- Сыпать
- Лопух, растяпа
- Ненормальный
- Мозги набекрень
- С приветом
- Цифры (изображение)
- Ссора, плохие отношения
- Сыт по горло
- Военный, милиция, КГБ (погоны)
- Беременная
- Тюрьма, тюрьма светит
- Меня убьют, уволят, подвергнут гонениям
- Надо, пора спать
- Размер в высоту
- Разделим пополам
- Все было на грани
- Там, наверху

- Новый русский, тупой
- Замотался
- Болит
- Тошнит
- Полетели
- Напиши
- Позвони
- Ширина
- Очень высокий
- Пошли пешком
- Винтовая лестницы
- Рябь, зыбь, неровный
- Хаос
- Большие глаза
- Плохо слышу
- Голова болит, устал
- Красивая женщина
- большой бюст
- Крепко держать в руках
- Зазнался
- Тайна
- Между нами
- Деньги нужны
- Небольшой размер
- Контур
- Это одно, а это другое
- Сила, силач
- Фотографирую
- Узкоглазый
- Плач
- Поесть
- Скука
- Голова кругом идет, плохо соображаю
- Жара
- Черт
- Красавец-мужчина
- Самоубийство
- Грудной ребенок
- Скромность, скромный
- Нет денег
- Точка
- Женат, замужем
- Холодно
- Глупый, ненормальный
- Умный
- Сомнение
- Давным-давно
- Признание вины
- Вопрос (я спрашиваю)

- Понимание
- Поздравление
- Готовность исполнить приказание
- Сдаюсь
- Уважение, почтение
- Крайняя необходимость
- Заискивание
- Клянусь
- Кокетство, заигрывание
- Вступление в контакт, желание вступить
- Договорились
- Воля, решительность
- Догадка, идея, вспомнил
- Железный человек, железная воля
- Примирение
- Незаметное наказание
- Разрешение что-либо сделать
- Защита
- Ты виноват
- Фотография, сфотографировать

б) Эмоционально-оценочные жесты

Одобрение, положительная оценка
 Неодобрение, негативная оценка
 Ласка, дружелюбие, доброжелательность
 Недружелюбие, недоброжелательность
 Дразнящие
 Оскорбительные

в) Указательные жесты

г) Риторические жесты

д) Игровые

- Рожки при фотографировании
- Безделье
- «нос»
- «сдаюсь»
- Угадай, кто я
- Покорность
- Поздравляю с днем рождения
- «ладушки»
- игра в ладошки

е) Вспомогательные

- Взять под руку
- Предложить руку

- Подать руку при выходе
- Подать пальто
- «Козырек» против солнца
- рукой голову подпереть от усталости
- рука к уху –лучше слышать
- сужение глаз -=всматриваться
- пальцевый счет
- вождение за руку
- припоминание
- защита головы руками
- внимательно следить («бинокль», «подзорная труба»)
- громче («рупор»)

ж) Магические

- креститься
- «держат палец»
- скрестить пальцы
- будет - не будет
- стук по дереву
- имитация плевка через левое плечо
- не звенеть ключами
- не свистеть
- посидеть перед дорогой

Сигналы расположения

- Дистанция общения
- Выбор места общения
- Вертикальное расположение относительно собеседника
- Горизонтальное расположение относительно собеседника

Молчание в общении

- Степень допустимости молчания
- Функции молчания в общении

Уважение и неуважение

- Уважение, вежливость, культурность
- Неуважение, невежливость, некультурность

2. Невербальные симптомы

Радость, удовольствие, удовлетворение, восхищение, восторг
 Горе, отчаяние, досада
 Безразличие, отсутствие интереса
 Упрямство
 Усталость
 Хитрость

Правдивость, искренность
 Растерянность
 Смирение, покорность
 Смущение
 Недоверие
 Настороженность, раздражение
 Возмущение, непонимание
 Непринужденность
 Обида
 Облегчение
 Удивление, недоумение
 Растерянность, страх, отчаяние
 Занайство
 Сомнение, неуверенность
 Интерес, любопытство
 Сожаление
 Задумчивость, сосредоточенность
 Стеснительность, неуверенность
 Сожаление
 Задумчивость, сосредоточенность
 Стеснительность, неуверенность
 Стыд
 Бахвальство, занайство
 Грусть, печаль
 Беспомощность, бессилие, безнадежность
 Внимание
 Раздумье, сосредоточенность
 Припоминание
 Затруднение в выражении мысли
 Недовольство
 Плохое самочувствие
 Неуверенность
 Влюбленность, интерес
 Страх, смущение
 Осознание ошибки
 Нетерпение
 Покой
 Волнение, нервозность

3. Невербальные символы

Высокий социальный статус
 Низкий социальный статус
 Зажиточность
 Бедность
 Деловой преуспевающий человек
 Солидность
 Почет, уважение
 Интеллигентность, образованность
 Артистическая профессия

Художник
 Спортсмен
 Бандит, мафиози,
 Новый русский
 Молодежность
 Демократизм , неформальность
 Женственность
 Неженственность
 Уют, отдых, удобство
 Дружелюбие
 Мужское поведение, настоящий мужчина
 Практичность
 Траур, похороны
 Свадьба
 Здоровье
 Удача, счастье
 Неудача, несчастье
 Провинциальность
 Городской житель
 Легкое поведение
 Замужняя женщина
 Разведенная женщина
 Незамужняя женщина
 Женатый мужчина
 Разведенный мужчина
 Неженатый мужчина
 Гомосексуалист
 Гостеприимство
 Негостеприимство
 Аккуратность, гигиена
 Неаккуратность, негигиеничность
 Начальник
 Маленький человек, подчиненный
 Ссора
 Отношения между людьми противоположного пола
 К нам торопятся гости
 Неприлично
 Смешно
 Красиво
 Некрасиво
 Приятно, неприятно
 Феминизм
 Принадлежность к группе
 Неприкосновенность частной жизни
 Подарки
 Праздник
 Несчастье, горе
 Приятно, хорошо

Средства выражения символов:

•символика одежды

- символика цветов
- символика цветовых оттенков
- символика цифр и чисел
- символика подарков
- символика посещения общественных мест
- символика еды, угощения
- символика украшений
- символика размещения в пространстве
- символика передвижения, используемых средств передвижения
- символика местонахождения человека, помещений
- символика покупок
- символика предметов быта
- символика физических действий
- символика времени осуществления действия
- символика запахов
- символика манеры речи
- символика денег, материальных затрат
- символика внешности
- символика прически
- символика предметов собственности

Национальная специфика невербальной коммуникации

Значительное число жестов у разных народов совпадает или понятно для других народов. Но на этом фоне особенно заметны различия невербальных систем.

Например, жест ОК «отлично», возникший в США в начале 19-го века и распространенный во всех англоязычных странах, Европе и Азии, во Франции означает *ноль, ничего*, в Японии – деньги, в некоторых странах Средиземноморья – гомосексуализм мужчины.

Жест «большой палец вверх» в США, Англии, Австралии и Новой Зеландии имеет три значения: просьбу подвезти, адресуемую попутной машине, все в порядке и нецензурное значение (быстрое выбрасывание вверх – сядь на это, но в Греции этот жест означает *заткнись*, у итальянцев и немцев он обозначает цифру 1 (у итальянцев *два* обозначают указательным пальцем), у немцев и англичан два обозначают указательным и большим пальцем.

Придуманый Черчиллем жест «победа» в Англии и Австралии выполняется только ладонью наружу, иначе он приобретает оскорбительный смысл, а у русских он означает и цифру два.

Демонстрация мизинца у американцев означает «плохо», у японцев – «любовница» и т.д.

Исследование невербальных сигналов в русском и немецком общении показало, что около трети сигналов имеют национальную специфику – полностью или частично не совпадают, по-разному выполня-

ются, имеют разные значения, оказываются присущими только одной из сравниваемых культур.

9. Понятие коммуникативной позиции говорящего

Коммуникативная позиция говорящего - еще одно важное теоретическое понятие науки о речевом воздействии.

Под *коммуникативной позицией говорящего* понимается влиятельность, авторитетность говорящего в процессе общения по отношению к его собеседнику, а точнее - *степень* его влиятельности и авторитетности по отношению к собеседнику или собеседникам в процессе общения.

Коммуникативная позиция каждого из участников общения – понятие относительное, в том смысле, что она характеризуется относительно коммуникативных позиций остальных участников общения. Это относительная эффективность его потенциального речевого воздействия на собеседника.

Коммуникативная позиция каждого отдельного человека может изменяться в разных ситуациях общения, а также по ходу общения в одной и той же коммуникативной ситуации.

Коммуникативная позиция говорящего может быть *сильной* (начальник против подчиненного, старший против ребенка и др.) и *слабой* (ребенок против взрослого, подчиненный против начальника и т.д.).

Коммуникативная позиция коммуниканта может быть сильной или слабой изначально: коммуникативная позиция начальника, учителя, высокого должностного лица, родителей по отношению к маленьким детям, учителя по отношению к ученикам и т.д. всегда сильнее изначально, в силу социального статуса названных лиц, позиция подчиненного, ребенка, учащегося изначально всегда слабее. Однако свою коммуникативную позицию любой человек может изменить – сознательно используя специальные приемы.

Коммуникативную позицию человека в процессе общения путем применения правил и приемов речевого воздействия можно *усилить*, можно ее *защитить*, а также можно *ослабить коммуникативную позицию собеседника* (применяя в отношении собеседника приемы речевого воздействия, а также осуществляя различные действия в отношении него).

Наука о речевом воздействии с этой точки зрения может быть определена как наука:

- о способах и приемах усиления коммуникативной позиции личности в процессе общения,
- о защите личностью своей коммуникативной позиции,
- о приемах ослабления коммуникативной позиции собеседника.

10. Понятие имиджа

Имидж - (image) слово английское, в переводе означает *образ, изображение, впечатление*. Но имидж - не простой образ, это образ, который человек для себя выбирает, создает и сознательно поддерживает, используя для достижения своих целей в жизни.

Имидж – это долговременная ролевая коммуникативная маска, долговременная инициативная коммуникативная роль.

Исследователь имиджа И.Криксунова отмечает, что имидж - это рассказ человека о себе, причем рассказ, который человек “рассказывает” постоянно, что бы он в этот момент ни делал, где бы он ни находился. Имидж выполняет очень важную «коммуникативную» функцию — он “говорит” окружающим о том, на какой ступени общественной лестницы вы стоите, к какому предполагаемому кругу профессий принадлежите, каков ваш характер, темперамент, семейное положение, ваши финансовые возможности, ваш вкус, культура, воспитанность, отношение к людям и многое, многое другое. Имидж “предъявляется” человеком постоянно, причем человек может предъявлять свой имидж как неосознан (рядовой человек)но, так и сознательно (начальники, учителя, артисты, музыканты, политики).

Не всегда “зрители” четко осознают свои впечатления от имиджа того или иного человека, не всегда «раскладывают их по полочкам». Чаще всего, большая часть этих впечатлений воспринимается бессознательно. Но все мы знаем, как велика бывает роль первого впечатления. Один взгляд на человека - и принимается решение : интересный - неинтересный, нравится — не нравится и с этим сразу же закладывается будущая «программа» взаимоотношений с ним.

Отметим, что первое впечатление необычно устойчиво, и люди крайне неохотно меняют свое мнение о человеке, сформировавшееся под влиянием первого впечатления. Есть и такое наблюдение: первое впечатление всегда верно. Возможно, и не всегда, но очень часто первое впечатление действительно оказывается наиболее точным.

Имидж — лишь один из компонентов вашей личности, но очень весомый. Когда вы вступаете во взаимодействие с другими людьми, ваш внешний облик — это первое, что вы предъявляете, затем о вас начинают судить по вашим словам и поступкам.

Если вас видит хотя бы один посторонний человек, ваш имидж уже “работает”, посторонний автоматически составляет впечатление о вас впечатление, во многом - бессознательно.

Успешная деятельность, достижение человеком его жизненных целей требует от человека играть такие роли, которые выставляют «на люди», демонстрируют окружающим положительные, сильнодействующие личностные характеристики. Для этого мы надеваем ролевую маску – весельчака, рассудительного, решительного и т.д.

Ролевая маска становится долговременным имиджем, как правило, тогда, когда вы уже не осознаете, что носите эту маску, т.е. манера поведения, особенности внешности, речи становятся привычными, повседневными, а не ситуативными. Маска действительно может «прилипнуть» к нам и стать постоянной нашей визитной карточкой, тогда она начинает влиять и на наш характер. Поэтому можно встретить нытика, который привык носить маску «жалкого» еще с детства. Он считает, что все только и думают о том, чтобы его обидеть, хотя окружающим и не приходит это в голову. За этим нужно следить - имидж не должен становиться “второй натурой” человека, нужно помнить о том, что он создается вами и должен всецело находиться в ваших руках, под вашим контролем.

С другой стороны, выработав имидж уверенного в себе, решительного человека или избрав имидж оптимиста, неунывающего человека, можно значительно облегчить себе жизнь - ваш имидж будет помогать вам проявлять эти качества. Как говорил Д.Карнеги, маска веселости переходит в веселость - и в этом большая роль позитивного имиджа для человека. Негативный же имидж нельзя закреплять в своем поведении.

Политики и актеры, как правило, заботятся о своем долговременном имидже. Рядовой человек должен владеть искусством формирования и смены ситуативных коммуникативных ролей, а также заботиться и о своем долговременном имидже. То, что имидж называется долговременным, кстати, не означает, что он избирается и поддерживается человеком всю жизнь - мы знаем, как меняют имидж политики перед выборами, как меняют свой имидж певцы с течением времени.

Яркий имидж обязательно необходим представителям шоу-бизнеса. Мы все прекрасно знаем, сколько певцы, музыканты, актеры работают над своим имиджем. Они ведь на самом деле далеко не всегда именно такие, какими они выглядят на сцене. Почему они надевают яркие, экстравагантные, порой шокирующие наряды, делают необычные прически, вызывающе ведут себя? Они создают себе имидж, чтобы их запомнили, чтобы их узнавали, подражали. Имидж им нужен,

чтобы их выделили из остальной массы певцов и музыкантов, чтобы обратили на них внимание.

Есть и такое определение имиджа - публичная индивидуальность. Такое определение пришло из политики. Значение точно выбранного имиджа уже давно поняли и оценили политики. Вовремя своих выборов компаний им, как известно, приходится много разъезжать, общаться с огромным количеством незнакомых людей — будущих избирателей, причем не только путем личного общения, но и выступая по телевидению. Необходимо за очень короткий промежуток времени рассказать будущим избирателям о себе, «заложить» в их сознание тот образ, который наиболее полно отражает личность кандидата, который символизирует основные его принципы - например, “сильная личность”, “крепкий хозяйственник”, “демократ”, “защитник местных интересов”, “защитник людей определенной национальности”, “опытный политик”, “решительный”, “авторитетный”, “всезнающий”, “образцовый семьянин”, “такой же, как и все мы” и т.д.

Политики в таких случаях опираются на помощь специалистов — имиджмейкеров, то есть, в переводе с английского, «создателей облика». Опытные профессионалы разрабатывают для кандидата все: не только внешний облик (костюм и прическу), но и поведение (манеру держаться, речевые обороты, главные лозунги).

Бесспорно, во всей этой работе опора делается на личность человека, на его «исходные данные». Специалисты же могут профессионально точно привести в соответствие ключевые внутренние черты этой личности с их внешним выражением, сделать их видимыми и понятными всем. Стоит знать об этом. Если политики прикладывают достаточно большие усилия для создания должного имиджа, то только по той причине, что они точно знают: это оправдывает себя.

Свой имидж есть у каждого начальника, преподавателя, учителя, у родителей- “строгий”, “добрый”, “справедливый”, “бескомпромиссный”, “готовый прощать”, “не дающий спуску” и т.д. Подчеркнем, что начальник, учитель или отец может выступать в том или ином имидже, хотя в действительности соответствующие качества не обязательно могут быть ему присущи, он лишь создает соответствующий имидж “в воспитательных целях”.

А нужно ли заботиться о своем имидже рядовому человеку - не политику, не певцу, не рок-музыканту? И можно ли самому позаботиться о своем имидже? Можно и нужно!

Во-первых, необходимо знать свой фактический имидж, знать, как тебя воспринимают окружающие. Нужно понимать, как тебя воспринимают по твоей внешности, манере одеваться, поведению, речи.

Во-вторых, очень важно уметь формировать свой текущий имидж - уметь грамотно преподнести себя в те или иные моменты, с помощью определенных средств вызвать ту или иную реакцию, то или иное отношение к вам.

В-третьих, нужно уметь нравиться, производить положительное впечатление, вызывать доверие, располагать собеседника к себе. Все сказанное - вовсе не уловки или проявление хитрости или безнравственности, хитрым и безнравственным бывает человек, но не его имидж. Умение формировать собственный имидж необходимо каждому человеку, это важнейший компонент общей культуры личности.

Необходимо разграничивать *ситуативную роль и имидж*. Ситуативная роль - это особенности общения и поведения человека, которые он избирает для себя в данной конкретной ситуации, чтобы достичь определенной цели. Имидж же - это долговременная ролевая маска, которая надевается надолго.

Чаще всего человек задумывается о своем имидже, о том, как его воспринимают окружающие тогда, когда в его жизни происходят те или иные перемены либо когда ему нужно чего-либо добиться в той или иной конкретной ситуации. Вы закончили учебу, ваша цель — найти хорошую работу. Вы перешли на новую работу, где вы стали занимать более высокую должность. Вы идете на дискотеку или на свидание, хотите понравиться своему партнеру, заинтересовать его собой, заставить обратить на себя внимание. В этих случаях люди, как правило, сознательно задумываются над своим имиджем, работают над ним. Это понятно. Но ваш имидж должен быть вашей заботой ежедневно, причем во всех своих составляющих - *внешность, речь, поведение*. Это - три основные слагаемые нашего имиджа: внешний имидж, коммуникативный имидж и поведенческий имидж.

Внешний имидж

Внешний имидж должен обеспечить такое восприятие вашей личности, которое в наибольшей степени способствовало бы достижению поставленных вами целей – как краткосрочных, так и долгосрочных. Внешний имидж наиболее изучен, так как он связан с понятием стиля одежды, стиля внешнего вида, а разработка этих понятий давно осуществляется специалистами в области моды.

Авторитетный художник-модельер И.Криксунова следующим образом характеризует отдельные стили и их применимость в различных ситуациях.

Классический стиль

Классический стиль потому и называют классическим, что он подходит большинству людей и уместен в большинстве ситуаций. Классический стиль максимально универсален.

Для мужчин классический стиль – это костюм темных тонов, рубашка светлого тона, галстук и носки в тон костюму и рубашке. Классический стиль для женщин - это юбка, блузка и пиджак. Это называют также *английский костюм*, который удерживается в моде с 18-го века - верный признак его удачности и универсальности. Классический стиль пользуется успехом у «сильных мира сего», обычно нравится начальству.

Для классического стиля линии, формы, силуэты, которые вы употребляете в вашей одежде, причёске и т.п. должны быть весьма четкими и определенными (например, зауженные складки на юбке или стрелки на брюках, четкие, прямые линии воротника, лацканов, идеально выработанная форма плеча и т.п.).

Обычно носителя классического стиля воспринимают как излучающего надежность, силу, внушающего доверие и уважение, вызывающего ощущение персоны значительной и уважаемой. Вас могут воспринимать как лидера, или, по крайней мере, как достаточно квалифицированного, владеющего информацией человека, как профессионала.

Однако в среде людей, стоящих на нижних ступенях социальной лестницы, его могут воспринимать как человека отчужденного, недосягаемого, властного, холодного, и авторитарного. Смягчайте такое впечатление приветливой, доброжелательной улыбкой!

Романтический стиль

В одежде романтического стиля присутствует как бы некоторая «старомодность». Он подойдет девушке стройной, выдержанной, спокойной и мягкой по характеру, которая отличается негромким голосом, не резка в движениях, не очень активна и тем более не агрессивна в жизни. Если девушка резка в движениях и суждениях, громогласна, немного крупновата - этот стиль не для нее. Романтический стиль не терпит никакой небрежности, он диктует сдержанную манеру поведения.

Романтический стиль - это, к примеру, белоснежная блузка, богато отделанная вышивкой или кружевом, шелковая или бархатная юбка длиной за колени или до самого пола, платье из пышной, легкой ткани. Впрочем, даже простенькое летнее платье, отделанное недорогими кружевами и рюшами, сможет подчеркнуть романтичность вашего облика. Шифон, крепдешин, бархат, тонкая шерсть украсят ваш ро-

мантический облик, но вполне можно обойтись и тканями подешевле - главное, чтобы они были легкими и, как говорят модельеры, пластичными, то есть такими, которые хорошо драпируются, прособираются, собираются на резинку.

Цвета романтического стиля - белый, нежно-голубой, светло-розовый, кремовый. Могут быть и другие оттенки, но не резкие, а пастельные - как будто основной цвет разведен молоком. Романтический стиль любит классическое сочетание черного с белым, разных оттенков одного цвета, но не любит диссонансов - режущих глаз сочетаний (кстати, вполне допустимых в спортивном или экстравагантном стиле).

У романтического стиля свои требования к обуви, головным уборам и прочим дополнениям. Изящные “лодочки” на тонком каблуке будут в самый раз. И сумочка должна быть особой - небольшой, нарядной, подходящей по цвету к одежде.

Прическа романтического стиля несколько старомодна или, точнее говоря, “вне моды”. Это и поэтические локоны, как у красавиц пушкинской поры, крупные кудри, “греческая” прическа с тяжелым узлом волос на затылке.

И о манерах: романтический стиль одежды предполагает и особые женственные, мягкие манеры.

В романтическом стиле могут одеваться и мужчины. Широкополые шляпы, длинные шарфы, длинные прямые пальто и плащи, косынка вместо галстука, шелковые рубашки с манжетами и широкими рукавами, длинные волосы по плечам - это все признаки мужского романтического стиля.

Экстравагантный стиль.

Если вас отличает индивидуализм и независимость, вам нравится ощущать свою обособленность, в поведении вы можете проявлять смелость и наступательность, а иногда и агрессивность, друзья считают вас незаурядной личностью, в таком случае стиль, который наиболее полно выразит вашу индивидуальность, называется экстравагантным.

Экстравагантность в большей мере свойственна обычно молодежи, творческим личностям - художникам, поэтам, музыкантам. Носитель экстравагантного стиля может быть абсолютно уверен: незамеченным он не останется. Впрочем, именно к этому он и стремится — заявить о себе!

Приемы создания экстравагантного стиля: смелые цветосочетания, активное использование контрастов, нешаблонных фактур и орнаментов тканей, использование в одежде и прическе энергичных, динамичных, неожиданных линии (диагональные, волнистые, спиральные и

т.п.), широкое использование асимметрии: шаль, наброшенная на одно плечо, асимметричная прядь волос, одна серьга в ухе, асимметричный покрой и т.п., смелые стрижки, необычные прически, решительные цвета волос.

Экстравагантный имидж будет восприниматься весьма благоприятно, возбуждать интерес и даже восхищение в специфической среде, где ценится яркая индивидуальность, незаурядность и непохожесть на других, обостренная эмоциональная восприимчивость — то есть в среде искусства, богемы, в окружении людей творческих профессий; музыкантов, актеров, художников, манекенщиц, фотографов и т.п.

Однако в среде, где ценится умение не выставлять свои эмоции на показ, способность быть непроницаемым, сдержанным, где действуют жесткие нормы и стандарты поведения (например, в управленческих и чиновных структурах), носитель экстравагантного имиджа может подчас восприниматься как персон, не заслуживающая доверия, бестактная, непредсказуемая, возможно, даже чудаковатая.

Эротический стиль

Этот стиль для женщины предполагает одежду, обтягивающую формы (тугие джинсы, плотно облегающие джемперы и платья из тоненького трикотажа, лайкры), одежду, открывающую тело (платье с открытой спиной, мини-юбку или юбку с длинным разрезом), материалы, дающие возможность разглядеть тело, то есть прозрачные ткани, кружево, гипюр, фактуру тканей, имитирующие женскую кожу: атлас, бархат, шелк, мех, обувь, акцентирующую красоту ног: изящные туфли на высоких тонких каблуках, украшенные декоративными элементами.

Эротический стиль у мужчины – это обтягивающие джинсы, обтягивающие свитера, подчеркивающие рельефность – мускулатуры.

Эротический стиль для женщины — максимально сильное средство для того, чтобы заявить о своем женском начале. В той ситуации, когда первостепенной задачей женщины является решение проблем личной жизни, эротический имидж «работает» весьма эффективно. Однако в обстановке, где принадлежность к тому или иному полу отодвигается на задний план (то есть, в деловой, социальной обстановке), восприятие эротического стиля будет отрицательным. Носительница эротического облика может вызывать недоверие, раздражение, может восприниматься несерьезной, легковесной, не заслуживающей уважения, а иной раз - попросту вульгарной.

Такое негативное восприятие будет особенно ярко выражено в женской среде, так как, кроме всего прочего, к этому прибавится еще и сильное ощущение вызывающего соперничества и угрыз. Этот стиль

не подходит для работы и учебы, он - для отдыха, вечеринки, дискотеки, прогулки с друзьями по городу.

Еще один возможный стиль одежды - *спортивный*.

Если вы оптимистичны, раскованны, не любите ограничивать себя нормами, рамками и стандартами, вам нравится свобода и независимость, но в то же самое время вы предпочитаете особо не выделяться, в таком случае наиболее подходящим для вас является спортивный стиль.

Этот стиль в последние десятилетия сильно распространился по всему миру. Его «краеугольным камнем», стилевой доминантой являются джинсовые вещи (куртки, брюки, юбки, жилеты, шорты, кепки-бейсболки, рюкзаки). Одежда не стесняет движений, то есть трикотажная, а также вязаная, футболки, майки, джемперы, кардиганы, водолазки, рейтузы, леггинсы, шапочки. Принадлежность спортивного стиля - кожаные вещи: куртки, юбки, жилеты, шорты, обувь - без каблука, подчеркнуто комфортабельная, как бы «походная» - кроссовки, ботинки «армейского» типа, шнурованные, на толстой рифленой подошве, с рантом. Дополнения должны носить практичный, чисто функциональный характер - большая вместительная сумка спортивного типа на ремне, рюкзак; кепи, фуражка, косынка, трикотажная шапочка; украшения отсутствуют.

Спортивный стиль — гибкий стиль. Он не очень требователен к обстановке, достаточно легко вписывается почти в любую среду, и, как ни странно, становится в ней органичным. Этот имидж уместен в институте и на работе, на дискотеке и в библиотеке, в ночном клубе и на туристической экскурсии, чего не скажешь, к примеру, об эротическом стиле.

Носитель спортивного стиля обычно воспринимается, как человек свойский, оптимистичный, непосредственный, по-человечески доступный. Неблагоприятной средой для носителя спортивного имиджа является та, где царит четкая структурная иерархия, где люди принимают на себя определенные роли и стараются им соответствовать. Деловая сфера, бизнес, управленческие структуры — неуютное место для носителя спортивного имиджа. Там носитель такого стиля будет восприниматься как персона довольно непредсказуемая, не очень солидная и надежная.

Существуют некоторые сведения о том, как лучше сформировать сугубо *деловой имидж*. Деловой имидж нацелен на формирование максимального делового доверия к его носителю.

Исследования показали, что положительное впечатление в деловых отношениях производит силуэт, приближающийся к прямоугольнику —

с противопоставленными плечами. Это костюм для мужчины и костюм с подплечниками для женщины. Люди, одетые таким образом, вызывают большее доверие, нежели люди, силуэт которых округлен (свитера, рукав реглан).

Производит положительное деловое впечатление контраст темного и светлого в одежде – темный костюм, светлая рубашка у мужчины, белый верх, темный низ у женщины. Женщина должна при этом еще иметь третий яркий элемент – косынку, какое-либо украшение, яркую помаду.

Цвета, вызывающие наибольшее доверие в деловых отношениях – темно-синий и серый. Женщина должна иметь юбку до колена, платье или блузку с длинным рукавом.

Даже цвет волос имеет значение для делового имиджа: при прочих равных условиях в деловых отношениях больше доверяют брюнетам и брюнеткам, чем блондинам и блондинкам: брюнетов считают более компетентными, а блондинок - всего лишь более симпатичными.

Поведенческий имидж

Поведенческий имидж человека проявляется в его действиях – физических и социальных.

Благоприятный поведенческий имидж человека формируют, в первую очередь, такие его физические качества как энергичность походки и движений, очевидная физическая подвижность, хорошая физическая форма, спортивность (занимается спортом, делает зарядку), спокойствие, неагрессивность, способность много ездить, перемещаться по стране, неутомляемость, крепкое рукопожатие.

Благоприятный поведенческий имидж формируют также социальные действия человека как щедрость, благотворительность, способность встречаться с простыми людьми, пользование общественным транспортом, ходьба пешком, личное посещение общественных мест – обычных магазинов, рынков, концертов популярных артистов, посещение домов престарелых, инвалидов, детских домов, больниц, воинских частей, «горячих точек», в США – пожимание рук и обнимание детей.

Коммуникативный имидж

Важнейшей чертой благоприятного коммуникативного имиджа является *приятность человека в общении*.

Это качество предполагает общительность и приветливость человека, внимание к словам собеседников, умение слушать (это качество

на посту генсека хорошо демонстрировал М.С.Горбачев), способность не повышать голос в споре или конфликте («Если человек способен выслушивать оскорбление с улыбкой, он достоин стать вождем» Н.Брацлав).

Другими составляющими привлекательного коммуникативного имиджа является культурный языковой паспорт (культура речи создает впечатление общей культуры, компетентности человека), соблюдение норм речевого этикета, отсутствие провинциального акцента, умение говорить кратко, произносить краткие речи, умение говорить решительно и определенно, умение приветствовать и благодарить, а также умение задавать вопросы, кратко на них отвечать и понятно объяснять.

Интересны данные по коммуникативной привлекательности телеведущих, полученные Г.Н.Бепамятновой. Проведенное ею исследование показало, что для телезрителей наиболее привлекательными оказались следующие коммуникативные качества телеведущих (данные приводятся по убыванию привлекательности для опрошенных, перечислены только качества, выделенные более чем 50-тью процентами опрошенных):

- Аргументированность - 77%
- Достаточный словарный запас – 74%
- Компактность подачи информации – 73%
- Точное акцентирование смысла – 71%
- Разнообразный тематический диапазон – 69%
- Адекватное сочетание разностилевых элементов – 69%
- Четкость артикуляции – 68%
- Разнообразии диапазона голоса – 68%
- Выраженная телегеничность – 68%
- Энергичность, интенсивность изложения – 66%
- Нейтрально-логическая тональность общения – 66%
- Свободное поведение перед камерой – 65%
- Индивидуальная паузация – 65%
- Оптимальное количество воспринимаемой зрителем информации - 64%
- Сочетание подготовленности и импровизации – 64%
- Средняя высота голоса – 64%
- Средняя громкость голоса – 64%
- Приятный тембр голоса – 64%
- Средняя познавательная ценность информации – 61%
- Умеренно-быстрый темпоритм – 61%
- Спокойная манера речи – 59%

Орфоэпическая нормативность – 58%

Факультально-оценочная стратегия подачи информации – 58%

Выраженное личное обаяние – 54%

Иронический подтекст – 54%

Любопытны требования, предъявляемые зрителями к коммуникативной привлекательности телеведущих-женщин и телеведущих – мужчин (пропуск в графе означает, что данный признак выделили менее 50% опрошенных):

Коммуникативный признак	Женщины	Мужчины
Аргументированность	77%	83%
Выраженная телегеничность	76%	-
Точное акцентирование смысла в сообщении	74%	68%
Компактность подачи информации	73%	73%
Достаточный словарный запас	72%	75%
Адекватное сочетание разностилевых элементов в речи	72%	-
Приятный и разнообразный тембр голоса	71%	-
Средняя громкость голоса	70%	-
Четкость артикуляции	70%	-
Средняя высота тона	70%	-
Нейтрально-логическая тональность речи	69%	-
Энергичность, интенсивность изложения	66%	66%
Разнообразный тематический диапазон	-	76%
Точное акцентирование смысла	-	68%
Средняя познавательная ценность сообщения	-	67%

Свободное поведение перед камерой	-	67%
Индивидуальная паузация	-	67%

Разумеется, приведенные данные касаются коммуникативных требований к *телеведущим*, но общие закономерности восприятия людьми коммуникативного имиджа публичной личности можно проследить:

наиболее яркими, привлекательными коммуникативными качествами являются аргументированность речи, богатый словарный запас, краткость и точность выражения мысли, разнообразный тематический диапазон общения, умелое сочетание разностилевых элементов в речи, четкость дикции, разнообразие интонации и выраженная телегеничность;

необходима также энергичность изложения;

телегеничность и оптимальное сочетание в речи разностилевых элементов оказываются принципиально важными в основном для женщин и в гораздо меньшей степени для мужчин, от мужчин ждут несколько большей аргументированности, чем от женщин, но к женщинам зато предъявляют гораздо меньше требований в отношении тембра, громкости, артикуляции; к мужчинам предъявляются более жесткие требования, чем к женщинам, касающиеся точного акцентирования смысла, разнообразия тематики, познавательной ценности сообщаемого, свободного поведения перед камерой.

11. Речевые игры и общение

Наблюдения над общением людей в типовых ситуациях привели американского психолога Э.Берна к выводу о том, что во многих случаях разговор людей в таких ситуациях развивается как бы по заранее известному всем участникам плану, и результаты такого разговора двух или группы людей тоже, в общем, достаточно предсказуемы. Такие типовые разговоры Э.Берн назвал речевыми играми.

Э.Берн называет игрой совокупность повторяющихся речевых действий, содержащих скрытую цель – получение некоторого выигрыша или психологического поглаживания. Например, игра «Жалоба» – ребенок хочет, чтобы его пожалели, или игры взрослых – «Меня недооценивают», «Неудачный муж».

Э.Берн выделял :

1. Процедуры – стереотипные действия материального характера – например, приготовление пищи, уборка, переодевание, накрывание на стол и т.д. Процедуры не являются общением.

2. Ритуалы – стереотипные серии простых дополнительных транзакций. Это стереотипное прямое общение (Где вы были? Мы так давно не виделись!) . При исполнении ритуалов говорящие чувствуют, сколько *поглаживаний* они должны друг другу: например, после отпуски разговор при встрече должен быть длиннее, чем обычно; если один из собеседников говорит взволнованно и заинтересованно, второй должен ему вернуть столько же поглаживаний.

Э.Берн отмечает, что между процедурой и ритуалом не всегда можно провести четкую грань, например, как в случае с мытьем рук. Процедуры проще ритуалов, и люди, не умеющие исполнять ритуалы, прибегают к процедурам: не умеющие вести светское общение в незнакомой компании просят дать им какое-либо дело – например, резать хлеб, чем-либо помогать хозяйке.

Ритуалы исполняются по воле Родителя, процедуры планируются Взрослым.

3. Времяпрепровождения - полуритуалы, когда собеседники занимают время разговором на принятые в подобных ситуациях темы. Это серия дополнительных транзакций, групповая болтовня или серьезный разговор. Э.Берн пишет: «Наблюдения подтверждают, что такого рода мероприятие практически ничем, кроме имен присутствующих там людей, не отличается от десятков подобных же вечеринок, происходящих в то же самое время и в такой же среде. Для различных социальных слоев типичен разный набор времяпрепровождений» (с.27). Группы, участвующие в подобных времяпрепровождениях, различаются по возрасту, полу, семейному положению, национальности, культурному уровню, благосостоянию.

4. Игры – повторяющийся набор транзакций, обладающий скрытой мотивацией. Э.Берн указывает, что игра –это серия ходов, содержащих ловушки, подвох, скрытое намерение.

Игра отличается от процедур, ритуалов и полуритуалов наличием 1) скрытого мотива, 2) наличием выигрыша (вознаграждения).

Возможные вознаграждения:

- стабилизация состояния,
- занятие времени (особенно до рождения детей и когда дети выросли);
- привлечение внимания, получение внимания;
- реальный выигрыш (помощь, протекция);

- формирование близости людей.

Э.Берн отмечает, что если людям удается достичь полной близости, то игры между ними отпадают: «Свободная от игр человеческая близость, которая по сути есть и должна быть самой совершенной формой человеческих взаимоотношений, приносит такое ни с чем не сравнимое удовольствие, что даже люди с неустойчивым равновесием могут вполне безопасно и даже с радостью отказаться от игр, если им посчастливилось найти партнера для таких взаимоотношений» (с. 32). Например, женщина бальзаковского возраста, выйдя замуж, отказывается от сплетен и интриг в коллективе, которыми она славилась долгое время.

Цели, которые могут преследовать речевые игры, таковы:

- проведение времени (например, светское общение);
- демонстрация сходства мнений (дружеское общение, базируется на взаимном отзеркаливании собеседниками тем, проблем);
- формирование психологической близости;
- выражение эмоционального состояния;
- выражение знания, мнения, осведомленности;
- получение поглаживания, привлечение внимания;
- поглаживание собеседника;
- выполнение официального ритуала, имеющего общественную значимость и приводящего к установлению или изменению социального статуса участников.

Э.Берн также описал общественное значение речевых игр. Он полагал, что речевые игры имеют:

- историческое значение – игры передаются от поколения к поколению и сохраняют исторические и культурные традиции народа; культурное значение – воспитание в большинстве случаев сводится к обучению играм; каждый класс, социальный слой, социальная или возрастная группа имеют свои игры;
- социальное значение – они заменяют искренность, которая не поощряется американским обществом, они позволяют заполнить время общением, позволяют поддерживать отношения тем, у кого отношения далеки от идеала;
- личностное значение – люди выбирают друзей из тех, кто играет в эти же игры, имеет такую же манеру поведения; в брак вступают люди, играющие в своих семьях в одинаковые игры.

Концепция речевых игр Э.Берна, как и разработанный им и описанный выше в гл.1 транзакционный анализ, получили широкое признание в психологии и коммуникативной лингвистике. Однако современный этап развития коммуникативной лингвистики требует уточне-

ния и развития некоторых положений Э.Берна о речевых играх, тем более что он создавал концепцию речевых игр для описания психологии личности, а не процессов общения в обществе.

То, что Э.Берн называет речевыми играми, в действительности – игры далеко не только речевые: многие из них более поведенческие, чем речевые, и речевой элемент в них сведен до минимума. Например, это можно сказать о таких упоминаемых им играх как Загнанная домохозяйка, Придворный, Кавалер и поклонница, В постели у режиссера, Сядь ко мне на колени и др. Трансакция в таком случае выступает не как обмен репликами, по его собственному определению, а как обмен действиями, некоторые из которых могут быть речевыми.

Э.Берн отличает речевые игры от процедур, ритуалов и времяпрепровождений наличием у первых мотива и вознаграждения. Однако мотив и вознаграждение могут быть обнаружены везде – и в процедуре, и в ритуале, и в полуритуале (светская беседа имеет, к примеру, совершенно явные мотивы и вознаграждения), да и в любом тексте и даже в отдельной реплике.

Четкий, предсказуемый исход, постулируемый Э.Берном исключительно для речевых игр, есть и у процедур, и у ритуалов.

В речевые игры у Э.Берна фактически попадают многие коммуникативные роли – Калека, Беспомощный, Дурачок, Неимущий и мн. др. В речевых играх люди могут исполнять определенные коммуникативные роли, но вряд ли целесообразно сами роли рассматривать как речевые игры.

В речевые игры попадают также некоторые коммуникативные тактики – типовые по тематике монологи, конкретизируемые конкретными репликами (например, «я нуждаюсь в совете», «только вы можете мне помочь» и др.). Тактики монологичны, они отвечают цели (то есть стратегии) общения в данной ситуации (Девушка, который час? Они меня еще вспомнят! Попался, негодяй!). Игра не может быть монологичной, в ней должно быть минимум два участника.

В дальнейшем под речевой игрой предлагается понимать разговор двух или группы лиц по общепринятому, стереотипному, типовому сценарию, принятому в данной социокультурной среде для подобных коммуникативных ситуаций.

Есть игры мужчин и женщин, игры начальников и подчиненных, детей и родителей, пенсионеров и т.д.

Приведем примеры речевых игр разного типа:

Гардероб (нечего надеть)

Родительский комитет

Кавалер и поклонница

Что хотят, то и делают

А что стало со стариной Джо?
Нынешняя молодежь
Консилиум
Как дела?
Какие новости?
Где лучше отдыхать?
А вы знаете N?
Выпьем по рюмочке
Сколько лет, сколько зим!
Как отдыхали?
А вы бывали в ...?
О чем они только думают?
Как все подорожало...
На следующее утро
Почему бы вам не... Да, но...
Изыян
Я знаю дорогу лучше
Как быстро летит время...
Нас учили лучше
Молодые службу не тянут
Судебное разбирательство (А он... А он...)
Защита диссертации
Защита дипломной работы
Судебный процесс
Ученый совет
Регистрация брака
Кто виноват?
Если бы вы пришли вчера...
Свадьба
Похороны
День рождения
Юбилей
Вручение премии, награды
А вот в наше время
Непутевый муж
Когда же будет порядок?
Куда все подевалось?
Вот раньше... а сейчас
Мои несчастья лучше ваших
Надо больше отдыхать
Надо думать о здоровье
Я заплачу за всех
Встреча старых друзей
Девушка, а который час?
Кого из наших встречаешь?
Я недавно купила...
Я недавно был в ..., так там...
А ты вспомни, как ты
А ты помнишь, как ...
Слышали новость?
Старики сейчас никому не нужны
Я бы рад, но начальство не позволит

В игре всегда есть инициатор – человек, который предлагает игру, он же часто выполняет роль ведущего в игре, есть также участники игры, иногда – наблюдатели.

Игра обычно включает следующие структурные элементы:

1. Запускающую фразу – например; Сколько лет, сколько зим! Кого я вижу! Мама, он у меня совочек отнял!
2. Обмен репликами в определенной последовательности.
3. Терминационную фразу (от лат. *terminari* – завершать) – фразу, завершающую игру, позволяющие выйти из нее или перейти к другой игре.

Примеры терминационных фраз: Ужас, что делается! Не знаю, что и делать. Что хотят, то и делают! Я с тобой больше не играю.

Основные виды речевых игр

1. По степени официальности - официальные и неофициальные.

Официальные игры – это такие, которые осуществляются в официальной обстановке (то есть в присутствии посторонних лиц) по официально утвержденным правилам. Правила официальных речевых игр устанавливает государство (судебное заседание, инаугурация президента, регистрация брака), ведомство (защита дипломных работ, защита диссертаций, устный экзамен), общественная организация (торжественное собрание, вручение премий или наград, премий, чествование заслуженных лиц).

Неофициальные игры – это игры, принятые в неофициальном общении, в кругу знакомых лиц (день рождения, отмечание семейных праздников, дружеская вечеринка, ухаживание).

2. По степени конфликтности - конфликтные и бесконфликтные.

Конфликтные игры заведомо ведут к конфликту, их надо распознать и прекратить (Кто виноват? Попался, негодяй...). Бесконфликтные игры могут продолжаться сколь угодно долго (А вы знаете такого-то? А что стало со стариной Джо? Вы слышали новость?)

3. Игры для участников и игры для зрителей.

Игры для участников предполагают, что в игре заинтересованы сами участники, игры для зрителей разыгрывается для развлечения аудитории (например, КВН, различные ток-шоу на телевидении, игры типа «Почему не выполнили мои указания?» в присутствии посторонних).

4. По содержанию могут быть выделены несколько типов речевых игр.

Ситуационные игры - такие, которые разыгрываются, будучи спровоцированы типовой ситуацией. Например: Я знаю дорогу лучше(спор, кто лучше объяснит дорогу), Как ты вырос!(вариант: Как дети растут!) - при виде выросшего ребенка; Ну, какие новости? -при встрече приятелей, Я заплачу за всех - спор в компании; А что, еще никого нет? - беседа пришедших первыми на какое-либо мероприятие и др.

Эмоциональные игры - преследуют цель выразить эмоцию и получить сочувствие. Например: Жалоба -ребенок жалуется старшим, чтобы его пожалели; Ах, я бедняжка!(варианты: У меня всегда все наперекосяк! Со мной всегда что-нибудь случается! Опять я за старое!) -жалоба на постоянно преследующие неудачи; Мои несчастья лучше ваших - спор, кто сильнее болеет или страдает; Болею, но тяну лямку -жалоба на здоровье с подчеркиванием, что все равно старается работать из чувства долга, ответственности и т.д.; Я перенес болезнь - жалоба на перенесенную болезнь, операцию и т.д.; неимущий - при бедняется, что всегда нет денег, ничего не умеет достать, не везет с подработками и т.д.; Я им покажу ! - угрозы в адрес отсутствующих - начальства, “ преследователей т.д. в присутствии третьих лиц; Судебное разбирательство (Он меня ударил! А он у меня отнял игрушку! - у детей; Вчера она ..., -На самом деле все было так...-у взрослых); Смотри, какой я молодец!(вариант: Смотри, как я все прекрасно сделал!) - демонстрация результата своего труда в расчете на восхищение; Я знаю лучше - попытка сделать или объяснить что-либо, чтобы показать свое преимущество в данной области: Посмотри, что у меня есть - демонстрация наряда, сережек, какого-нибудь технического приобретения и т.д.

Обвинительные игры - преследующие цель выразить неудовольствие партнером, его действиями или высказываниями.

Например: Попался, негодяй! - (Опять пришел грязный! Опять ты опоздал! Опять не купил хлеб! Я тебе говорила - когда ты должен был прийти?! и др.); Ну, что я говорил - констатация того, что напрасно его не послушал собеседник; Посмотри, что ты наделал- уличение в неправильных действиях, Посмотри, что я из-за тебя надел! -попытка оправдать свою ошибку вмешательством постороннего, помехами при работе и др.; Если бы не ты -обвинения в помехах деятельности; И что ты за человек! -критика, в рамках которой обобщаются недостатки партнера; О чем они там только думают? - безадресная критика в адрес “верхов”; Что за безобразие! - констатация недостатков без какого-либо вывода о путях их преодоления.

Групповые игры - преследующие цель проведения времени. Игряются в компаниях, в условиях группового участия.

Например: Вы слышали последнюю новость? Когда мы были в...; А вы не бывали в ...? А вы знакомы с ...? А где сейчас старина Джо? (вариант: А что стало со стариной Джо?); Родительский комитет - родители, имеющие детей одного возраста обсуждают, как сейчас трудно стало с детьми; Консилиум - кто-то перенес болезнь, и все ему дают советы, как лечиться и что делать, чтобы поправиться; Подумайте, какой ужас! -рассказ о неприятностях, ужасах, чтобы показать информированность и напугать других, уменьшив свой собственный страх; Что хотят, то и делают - Э.Берн так характеризует содержание этой игры: “Поверхностное обсуждение экономических или политических вопросов: здесь обычно фигурирует некий персонаж со смутными очертаниями, держащий в своих руках все козыри, который зовется “они”; Нынешняя молодежь - игра стариков; А вот в наше время... - идиллические воспоминания о прошлом благоденствии или строгих правилах, которые тогда все соблюдали; Непутевый муж -жалоба жены на бестолковость и непрактичность мужа; Если бы не он - “тогда бы я могла бы..., стала бы... и т.д.”; Нечего надеть - женская игра, когда все друг другу жалуются, что не в чем ходить; Что где почем; Давайте выпьем по рюмочке - кто-то хочет напиток и подбивает других принять в этом участие, помочь ему; На следующее утро - мужская игра, когда мужчины после вчерашней выпивки рассказывают друг другу, как им было плохо или с какими приключениями они добрались домой ; Молодые службу не тянут - ветераны критикуют новое поколение; Когда же будет порядок? - вариант игры Что хотят, то и делают; Как все подорожало!; Он плохой работник -заочная критика коллег; Ну что, ваша/ее/ дочь вышла замуж - злорадное обсуждение женщинами судьбы другой женщины; Как сейчас трудно в школе учиться - разговор родителей, чьи дети плохо учатся и т.д. Так называемое светское общение или светская беседа - это тоже развернутая групповая речевая игра с достаточно стандартными правилами, темами, стратегиями ведения общения.

Семейные игры - преследуют цель объяснить или разрешить семейные трудности или проблемы.

Например: Загнанная домохозяйка - Э.Берн описывает это так: “Берет на себя все дела, которые попадают под руку, и сама напрашивается на новые занятия. При званом обеде хочет сыграть роль Безупречной собеседницы, Образцовой хозяйки и распорядительницы, Художника по интерьерам, Шеф-повара, Обольстительной элегантной женщины и обязательно Дипломата. И еще утром решит испечь пирог

и отвести детей к зубному врачу. Этого достаточно, чтобы все завалить, подвести мужа и гостей, утратить красоту и получить стресс” /с.38/. Вариант этой игры - Я ничего не успеваю!; Если бы не долги!; Если бы не ты...; Это ты меня втянула! - констатация провала с попыткой обвинить в нем жену; Я делаю, что могу; И что ты за человек? - я идеальный, а ты с недостатками и т.д.

Административные игры - направленные на решение тех или иных административных проблем.

Например: Я бы рад но начальник не пропустит; Если бы вы пришли вчера...; Он плохой, я хороший - критика стиля работы с клиентами своего коллеги и предложение другого, более дружеского стиля (обычно по предварительному сговору с коллегой); Везде бюрократы - “мои инициативы не встречают поддержки”; Я доложу руководству; Это не к нам - так называемое “отфутболивание”, Зайдите попозже и др.

Игры подчиненных- направлены обычно на оправдание своей деятельности или на оценку своего места и отношений в коллективе.

Например: Что хотят, то и делают - “начальство всесильно, с ним с кем не считается”; Меня недооценивают -”мало платят, не выдвигают, не спрашивают моего мнения” и т.д.; Беспомощный - “я не справлюсь, я не смогу, меня никто не слушает, мне никто не помогает, поручите другому- помоложе, мужчине” и т.д.; Дурачок - “ мне такие вещи поручать нельзя, я все напутаю, все равно все забуду” и т.д.; Калека - я болею, но все равно тяну лямку, а это никто не оценивает, меня нельзя так нагружать” и т.д.

Сексуальные игры - направленные на привлечение внимания лиц противоположного пола.

Например: Ухаживание; А ну-ка подеритесь - женщина поощряет конкуренцию двух из-за нее, а в последний момент исчезает с третьим; Катись отсюда - поощряет ухаживание, а потом в последний момент отталкивает мужчину; Чулок пополз! /вариант - Спина устала!- с закладыванием рук за голову/ -демонстративное привлечение внимание к ногам или бюсту; Кавалер и поклонница - романтическое демонстративное ухаживание пожилого мужчины за молоденькой девушкой и т.д.

Как относиться к речевым играм? К разными играм - по-разному. В эмоциональных играх, рассчитанных на сочувствие, необходимо подыгрывать собеседнику (но самими играми, рассчитанными на сочувствие, нельзя злоупотреблять). В ситуативные игры люди играют чисто автоматически, реагируя на саму ситуацию. В групповых играх

надо участвовать, поддерживая их, поддакивая, возмущаясь, соглашаясь в унисон с правилами игры, этого требуют правила культуры.

Некоторые игры надо вовремя распознать и прекратить или выйти из них -это, прежде всего, относится к таким играм, как обвинительные, административные. Если вы руководитель, вам надо подготовиться к играм, в которые захотят с вами играть подчиненные; особенно необходимо быть готовым к играм Беспомощный, Дурачок, Калека. Некоторые игры конфликтны, и их надо избегать - например, таких как Попался, негодяй! Посмотри, что ты надел! Посмотри, что я из-за тебя наделал! Это все из-за тебя! Выпьем по рюмочке! Это ты меня втянула! Загнанная домохозяйка; Если бы не ты ! И что ты за человек и нек. др.

Речевые игры – это термин, и читателей не должно вводить в заблуждение использование в нем слова «игра» – ничего несерьезного или шуточного этот термин не предполагает, речевые игры – важнейшая часть человеческого общения, и сам термин – речевая игра - столь же «серьезен», как термины текст, диалог, монолог.

Речевые игры - это разновидность закрытого общения.

Необходимо уметь распознать предлагаемую вам речевую игру, оценить ее цель, последствия и принять решение, принимать ли в ней участие. Участие в речевой игре предполагает следование правилам данной игры, принятой в обществе. Скажем, светское общение не предполагает споров, столкновения точек зрения и пр., оно предполагает комплиментарность общения, и если мы решили вступить в такое общение, то необходимо придерживаться этих правил.

Глава 3.

Законы и принципы общения

1. Законы, правила, приемы и принципы общения

Современная коммуникативная лингвистика исходит из того, что как и в системе языка, так и в коммуникации (в общении) действуют определенные законы. Эти законы связаны в равной мере как с закономерностями процесса самой коммуникации, так и с психологическими особенностями говорящих людей.

Законы общения (коммуникативные законы) - это особые законы. Это не такие законы, как законы физики, химии или математики.

Во-первых, в том, что большинство из законов общения - нежесткие, вероятностные. И если, к примеру, закон всемирного тяготения «не выполнять» на Земле нельзя, то относительно законов общения дело обстоит не так - всегда можно привести примеры коммуникативных ситуаций, когда тот или иной закон не выполняется. К тому же, зная тот или иной коммуникативный закон, часто можно до определенной степени «противостоять» ему, не допустить его реализации в собственном общении.

Во-вторых, коммуникативные законы не передаются человеку при рождении, они не достаются ему по наследству, а усваиваются человеком в процессе коммуникативной практики.

В-третьих, законы общения могут со временем видоизменяться.

В-четвертых, законы общения, хотя в основном и носят общечеловеческий характер, частично имеют определенную национальную окраску, то есть существует специфика их реализации у разных народов.

Всех указанных особенностей лишены законы природы.

Необходимо *разграничивать общие законы общения и правила общения.*

Общие законы общения (коммуникативные законы) описывают, **что** происходит между собеседниками в процессе общения. Коммуникативные законы отвечают на вопрос “что происходит в процессе общения?”, они реализуются в общении независимо от того, кто говорит, о чем, с какой целью, в какой ситуации и т.д.

Правила общения - это сложившиеся в обществе рекомендации по общению. Правила общения отражают сложившиеся в обществе представления о том, как надо вести общение в той или иной коммуника-

тивной ситуации. Эти правила вырабатываются обществом и отражают коммуникативные традиции, сложившиеся в обществе на данный момент. Они поддерживаются социально-культурной традицией, усваиваются путем подражания и целенаправленного обучения и реализуются в общении преимущественно автоматически. Многие из них отражены в пословицах, поговорках, афоризмах (Знай боле, да говори мене; Слово серебро, молчание золото; Умей пошутить, умей и перестать; Шумом праву не быть; Мало говоря, больше услышишь, Языком не торопись, а делом не ленись и др.).

Правила, как и законы, имеют общечеловеческий характер и определенную национальную окраску, причем национальная специфика правил общения значительно выше, чем национальная специфика коммуникативных законов.

Правила общения подразделяются на *нормативные правила* и *правила речевого воздействия*.

Нормативные правила общения отвечают на вопрос “как надо? как принято?” и описывают принятые в обществе нормы и правила вежливого, культурного общения. Нормативные правила это прежде всего правила речевого этикета. Они в значительной степени осознаются членами общества, хотя на них обычно обращают внимание лишь тогда, когда то или иное правило нарушено - собеседник не извинился, не поздоровался, не поблагодарил и т.д. Взрослый носитель языка может словесно сформулировать и объяснить многие из нормативных правил, может указать на допущенные собеседником нарушения. Вместе с тем, практическое применение людьми нормативных коммуникативных правил в повседневном общении в разных странах очень существенно различается – в одних странах эти правила практически неукоснительно соблюдаются в большинстве ситуаций, в других люди, теоретически зная правила, позволяют себе, тем не менее, большие «вольности» при их соблюдении. В России мы пока ближе ко второму типу.

Правила речевого воздействия описывают способы воздействия на собеседника и отвечают на вопрос “как лучше? как эффективней?”. Они характеризуют способы эффективного воздействия на собеседников в различных коммуникативных ситуациях. Правила речевого воздействия осознаются носителями языка в незначительной степени, хотя многими людьми они интуитивно применяются. Обучение таким правилам дает возможность людям осознать и систематизировать правила эффективного речевого воздействия в своем опыте, делает общение этих людей заметно более эффективным.

Выделяются также *приемы общения*. Прием - это конкретная рекомендация по языковому или поведенческому выполнению того или иного коммуникативного правила. Например, правило “Приближение к собеседнику повышает эффективность речевого воздействия на него” реализуется в практике общения в виде следующих приемов: “Подходите ближе!”, “Вторгайтесь в персональное пространство собеседника!”, “Дотрагивайтесь до собеседника!”.

Правила помогают эффективному общению в конкретных ситуациях - например, есть правила эффективного общения с детьми и стариками, с мужчинами и женщинами, с "технарями" и гуманитариями, с возбужденными людьми и флегматиками и т.д. Такие правила называют *специальными* или конкретными.

Но есть и *общие* правила, которые носят универсальный характер. Общие правила помогают эффективному общению со всеми типами собеседников, во всех или почти во всех ситуациях. Наиболее общие правила универсального характера называют *принципами*. Под принципами общения понимаются наиболее общие, глобальные правила, следование которым в том или ином обществе привычно или необходимо и обеспечивает эффективность как общения вообще, так и речевого воздействия. Можно назвать принцип кооперации П.Грайса, принцип гармонизирующего общения (А.К.Михальская), принципы общения Д.Карнеги.

Принципы общения конкретизируются правилами, имеющими форму рекомендаций по общению, а конкретные способы реализации правил общения - это приемы речевого воздействия.

Выявление принципов эффективного общения - итог изучения законов, правил и приемов эффективной коммуникации, наиболее высокий уровень обобщения результатов подобного исследования.

В данной книге мы рассмотрим основные законы и принципы общения. Правила и приемы будут рассмотрены во второй книге нашей серии - «Основы речевого воздействия»

2. Основные законы общения

Кратко рассмотрим основные законы общения, знание которых необходимо для эффективного речевого воздействия.

Закон зеркального развития общения

Этот закон легко наблюдаем в общении. Сущность его может быть сформулирована следующим образом: *собеседник в процессе коммуни-*

кации имитирует стиль общения своего собеседника. Это делается человеком автоматическим, практически без контроля сознания.

К примеру, если в общем разговоре кто-то вдруг начинает говорить шепотом, то все общающиеся непроизвольно обращают на это внимание и снижают громкость своего голоса – отзеркаливают. Если кто-то начинает кричать, его собеседник, да и все окружающие испытывают огромное искушение тоже повысить голос. Если на нас накричал начальник, а мы не можем ему ответить тем же, мы испытываем очень большой дискомфорт оттого, что сдерживаем себя и не можем отзеркалить, ответить ему тем же.

Закон отзеркаливания вступает в действие тогда, когда кто-нибудь допускает отклонение от норм общения. Запуск механизма отзеркаливания происходит именно при отклонении от нормы: все говорили нормально, и кто-то вдруг начал кричать – мы тотчас испытываем желание ответить тем же.

Отзеркаливанию можно сопротивляться, и таким образом можно предотвратить или ослабить возникший конфликт или скандал: на вас кричат, а вы демонстративно снижаете громкость, говорите несколько замедленнее, чем обычно, говорите тише, увеличиваете паузы между словами. И тут уже наступает черед собеседнику отзеркалить ваш спокойный тон, он начинает успокаиваться.

Наиболее часто и легко отзеркаливаются громкость речи, эмоциональность, темп речи, жесты, шаг, частота дыхания собеседника. Дети в поведении и манере речи отзеркаливают своих родителей, любимых учителей, спортивных и музыкальных кумиров. Замечено, что наиболее быстро и эффективно отзеркаливаются негативные вербальные и невербальные сигналы. Ссора часто "построена" на отзеркаливании: – А ты почему...? – А ты почему?

Отзеркаливание отражает принцип "подобное рождает подобное". Доброжелательная манера общения делает собеседника доброжелательным, агрессивная манера вызывает у него желание отзеркалить и ответить тем же. Описан случай, когда обезьяне повесили в клетке фотографию разъяренной обезьяны, так она несколько дней металась по клетке, визжала и отказывалась от еды. Человек в отзеркаливании поступает точно так же.

В человеческом обществе часто отзеркаливается тематика общения, ср.:

- Я сегодня что-то плохо себя чувствую... - Вы знаете, и я неважно себя чувствую... Как голова болит! – Вы знаете, у меня тоже... Или: – Представляете, сын совсем не хочет учиться! Прямо не знаю, что и делать! – Вы знаете, с моим та же история. Что с ними всеми происходит?

Или: С праздником вас! - И вас с праздником! - Вы мне очень симпатичны! - И вы мне тоже очень нравитесь!

Тематическое отзеркаливание (как, впрочем, и отзеркаливание позы, ритма дыхания, ритма движения собеседника и др.) позволяет установить и поддержать хорошие отношения с собеседником, это эффективный прием сохранения доброжелательного контакта с собеседником, один из важнейших принципов бесконфликтного общения. Кстати, замечено, что если люди расположены друг к другу, они очень часто отзеркаливают позы, жесты, другие элементы поведения друг друга. Люди, долго живущие вместе, вообще становятся похожими друг на друга в общении и поведении. Говорят, что и собаки становятся похожими на своих хозяев, а те – на своих питомцев.

*Закон зависимости эффективности общения
от объема коммуникативных усилий*

Этот закон может быть сформулирован так: *чем больше коммуникативных усилий затрачено говорящим, тем выше эффективность его речевого воздействия.*

Понятие эффективности общения рассмотрено нами выше в главе 2, с. 60-66. Здесь необходимо еще раз подчеркнуть, что в науке о речевом воздействии понятие эффективности принципиально отличается от подхода к проблеме эффективности в сфере производства. В промышленности эффективно такое производство, при котором единица продукции произведена с минимальными затратами. В общении – наоборот: нельзя повышать эффективность, снижая затраты, надо применять весь арсенал вербальных и невербальных средств, соблюдать законы и правила общения, применять приемы речевого воздействия, соблюдать нормативные правила общения, нормы этикета и т. д., то есть необходимо увеличивать затраты.

Конечно, это трудно - гораздо легче просто наорать на собеседника или силой заставить его что-либо сделать. Однако, как мы уже знаем, такое общение оказывается в конечном итоге неэффективным - на вас обидятся, затаят злобу, сделают, но плохо, пообещают и подведут и т.д.

А если вы приложили очень много коммуникативных усилий, а результата все равно не достигли? Это значит, что усилий вы приложили, видимо, все-таки недостаточно или воспользовались не теми приемами.

Обратим внимание на то, что, как показывают наблюдения, короткие просьбы и распоряжения всегда выполняются людьми менее охот-

но - они всегда воспринимаются как более грубые, агрессивные. Вежливость предполагает более развернутые формулы просьбы, распоряжения и т.д. - такие формулы позволяют применить несколько приемов установления контакта, подать несколько сигналов вежливости, расположения к собеседнику, сделать несколько «поглаживаний» (Э.Берн). Именно поэтому *надо учиться* просить, отказывать, аргументировать и т.д. развернуто - это всегда оказывается более эффективно.

Таким образом, эффективность коммуникации прямо пропорциональна объему затраченных коммуникативных усилий.

Закон прогрессирующего нетерпения слушателей

Данный закон формулируется так: *чем дольше говорит человек, тем большее невнимание и нетерпение проявляют его слушатели.*

Как бы ни был интересен оратор или рассказчик, как бы ни были расположены к нему слушатели или собеседники – чем дольше он говорит, тем меньше его слушают и тем больше думают о том, что он явно затянул свою речь и ему пора заканчивать. По данным исследователей, вторая половина речи оратора всегда кажется вдвое длинней первой, а последние десять минут – втрое длинней первых десяти. Приблизительно можно представить общую картину следующим образом:

	Длятся	Воспринимаются как
Первые 10 минут	10 мин	10 мин
Вторые 10 минут	10 мин	20 мин
Третьи 10 минут	10 мин	30 мин
Общая длительность речи	30 мин	60 мин

Из сказанного выше следует важный вывод: эффективная речь должна быть короткой, и лучше, если она не будет выходить за пределы 10 минут. А будет еще короче – будет еще лучше.

Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера

Этот закон означает: *чем больше людей вас слушают, тем ниже средний интеллект аудитории.* Иногда это явление называют эффектом толпы: когда слушателей много, они начинают хуже «соображать», хотя личный интеллект каждого отдельного человека при этом, конечно, сохраняется. К примеру, грубая шутка лектора в аудитории

из 10 человек будет отвергнута, а в аудитории из 100 человек значительная часть людей засмеется или создаст "оживление в зале". И это вовсе не следствие того, что в большой аудитории могут оказаться малокультурные или неподготовленные в интеллектуальном отношении люди – 100 академиков тоже среагируют на пошлую шутку, которую они не приняли бы вдесятером.

Данное явление связано с тем, что в большой массе человек начинает хуже мыслить логически, в его умственной деятельности начинает доминировать правое эмоциональное полушарие. Человек в толпе и просто среди большой массы людей менее внимателен к смыслу слов, хуже понимает обращенную к нему речь, с трудом понимает сложные предложения, практически не может продуктивно решать сколь угодно сложные интеллектуальные задачи.

Человек в "массе" легче реагирует на штампы, прописные истины, грубые шутки, примитивные призывы – особенно на негативные и деструктивные (*ломай, бей, жги, поджигай, долой*), и при этом почти не воспринимает призывы позитивные или конструктивные. В большой массе у человека усиливаются эмоциональные реакции и ослабляются в целом интеллектуальные функции, снижается критичность восприятия, он становится более доверчивым и внушаемым.

Отсюда следует, что выступать перед большой аудиторией людей надо совсем не так, как перед маленькой, и убеждать большую аудиторию нужно по-иному, нежели маленькую. Поэтому выступления на массовых митингах имеют свою специфику - чтобы оратора поняли и приняли его идеи, надо говорить коротко, эмоционально, короткими фразами, громко, уверенно, простыми выражениями, приводить общеизвестные истины, пословицы и поговорки, использовать простой юмор, обязательно заканчивать выступление простым и коротким призывом, лозунгом. Такое выступление воспринимается в основном эмоционально и поэтому оказывается обычно эффективным.

Перед небольшой аудиторией выступать надо совсем по-другому, а убеждать одного-единственного собеседника оказывается труднее всего - он совсем не такой доверчивый и внушаемый, как толпа.

Закон коммуникативного самосохранения

Закон формулируется следующим образом: *человек в общении старается сохранить достигнутое им на данный момент коммуникативное равновесие.* Это – проявление общего закона самосохранения, которому подчиняется жизнедеятельность всех живых существ. Закон действует на бессознательном уровне.

Проявления действия этого закона достаточно многообразны. Так, к примеру, новая, непривычная идея, сообщенная собеседнику, в первый момент им обычно отвергается. Другими словами, если человек вдруг получает информацию, которая противоречит сложившемуся у него на данный момент мнению или представлению, то первая мысль, которая приходит ему в голову – что эта информация ошибочна, сообщивший ее не прав, эта идея вредна, ее надо отвергнуть.

Почему так происходит? Информация, которую получает человек, сначала обрабатывается или, точнее сказать, фильтруется правым полушарием мозга, которое отвечает за образное мышление и эмоции. Это полушарие и отбрасывает (чисто эмоционально, без серьезного анализа) новую непривычную идею, поскольку она нарушает уже сложившиеся у человека представления, дестабилизирует его психическое состояние. Отвержение новой идеи – это результат сопротивления психики факторам, дестабилизирующим психическое, физическое, интеллектуальное равновесие человека, достигнутое им на данный момент. Первый порыв всегда эмоционален, первая реакция – тоже, и поэтому доверять им в серьезных случаях нельзя.

Для того, чтобы правильно, объективно оценить слова собеседника, принять по ним верное решение, необходимо его слова осмыслить, а это должно сделать левое логическое полушарие. Для осмысления нужно время, нужна спокойная обстановка, для принятия правильного решения нужны логические усилия, иногда – дополнительная информация, совет знающего человека или друга.

Практика показывает, что никакую идею нельзя отвергать сразу, с порога – в ней может быть рациональное зерно; надо бороться с искушением сразу говорить "нет" собеседнику, если идея для нас нова или непривычна; надо дать себе время обдумать новые идеи и предложения, сообщенные вам.

Кроме того, необходимо иметь в виду, что в силу действия этого закона нельзя без подготовки выпаливать новые идеи, нужно собеседника к ним подготовить. Как гласит китайская поговорка, "парикмахер, прежде чем брить, намыливает". И еще : всегда нужны аргументы, которые собеседник мог бы проанализировать в спокойной обстановке; "на слово", сразу, без аргументов никто не поверит; нельзя требовать от собеседника немедленного принятия высказанной вами новой, неожиданной для собеседника идеи – даже если он под вашим нажимом сразу согласится, через какое-то время он все равно может изменить свое решение.

Еще одно проявление закона коммуникативного самосохранения можно видеть в том, что люди обычно стараются воздерживаться от

высказывания своей точки зрения, если видят угрозу ее критики или отвержения. Если, к примеру, человек видит, что других обрывают, не дают им высказаться, то он и сам замолкает. В условиях принудительного вертикального общения человек нередко испытывает большое искушение сказать то, что хочет услышать руководитель, то, что «надо сказать» в данной ситуации. Этим самым человек выводит себя из-под возможного морального удара. Психологические исследования показывают, что только три человека из 100 не подпадают под действие этой закономерности.

Закон коммуникативного самосохранения побуждает людей пропускать мимо ушей информацию, которая противоречит уже сложившемуся у них мнению (такую информацию они часто просто «не слышат», или говорят фразы типа «Да, но я все равно считаю, что..., я все равно остаюсь при своем мнении»). Часто в такой ситуации люди стараются найти какие-либо, обычно весьма поверхностные аргументы, чтобы мотивировать отклонение противоречащего мнения (например, курильщики говорят, что все статьи о вреде курения пишут некурящие, или что такие статьи пишут терапевты, а они не специалисты по легочным заболеваниям).

Если я доверяю мнению какого-либо авторитетного для меня лица, а это лицо вдруг публично заявляет что-либо, что мне явно не нравится или противоречит моему мнению, очень часто я в целях сохранения внутреннего равновесия изображаю непонимание: «Я не понял, что он сказал о...» и на этом основании получаю внутреннюю возможность сохранить данного человека как авторитета для меня и просто игнорирую некоторые его высказывания.

Закон коммуникативного самосохранения диктует нам и отторжение непрошенных советов и публичной критики в свой адрес. Люди не терпят публичных поучений и реагируют на них практически всегда негативно, даже если замечание, совет или предложение объективно являются правильными.

Любой человек имеет высокую внутреннюю самооценку. Мы все внутренне считаем себя весьма умными, знающими и правильно поступающими. Именно поэтому любое получение, критика или непрошенный совет в процессе общения воспринимается нами как минимум настороженно – как покушение на нашу самостоятельность, демонстративное сомнение в нашей компетентности и способности принимать самостоятельные решения, как попытка изменить наше поведение. Мы этому внутренне всегда сопротивляемся.

Совет, данный в присутствии посторонних, всегда воспринимается нами как упрек. Критика же, осуществляемая в присутствии других людей, отвергается практически в 100% случаев.

Исследования показывают, что от публичной критики начинают лучше работать 10% людей, 10% начинают работать еще хуже, а остальные 80% лишь приходят в раздражение от самого факта критики и переносят это раздражение на критикующего и на окружающих. Следствие: критиковать, делать замечания лучше лично, а не публично. Те же исследования показывают, что 60% людей не обижаются на критику с глазу на глаз.

Отсюда важный вывод: если мы действительно хотим улучшить работу сотрудника, замечания ему надо делать наедине - это гораздо эффективнее. А вот от публичной похвалы человек работает лучше. Публично похвалить человека - это стимулировать его к дальнейшей хорошей работе, поскольку это поддерживает в нем высокую самооценку.

Закон коммуникативного самосохранения проявляется также в том, что человек склонен отвергать критику по аналогии. Например, когда публично кого-либо осуждают, критикуют по тому или иному вопросу, и эту критику одновременно воспринимает человек, у которого есть аналогичные недостатки, но лично ему в этот момент критика не адресована, этот человек критику от себя практически всегда отводит, отмежевывается от нее, с готовностью убеждая себя, что "у него - совсем другое", в его деятельности эти недостатки так сильно не проявляются, у него особые условия и т.д. Человек как бы не прилагает к себе критику по аналогии, стараясь сохранить до поры свое внутреннее равновесие.

Именно в силу сказанного очень часто не достигают цели газетные фельетоны, показательные судебные процессы, строгие наказания и т.д. - люди находят различия в том, как делают они и как делали осуждаемые публично лица, и приходят к выводу, что их собственные нарушения имеют совсем иной, гораздо более невинный характер.

Воздействием закона коммуникативного самосохранения во многом обусловлено и изменение коммуникативного поведения людей в группе: человеку легче приспособиться к поведению группы, нежели противостоять ему (тогда уже лучше уйти из группы). Человек под влиянием группы общения приобретает коммуникативные качества, которые привносит в его поведение группа, развивается подчинительное групповое коммуникативное поведение.

Как писал А.Блок:

Ты и сам иногда не поймешь,
Отчего так бывает порой,
Что собою ты к людям придешь,
А уйдешь от людей – не собой.

Подчинение групповому коммуникативному поведению по-разному осуществляется у разных народов; в России действие этого закона проявляется ярче, чем, например, в США.

Закон коммуникативного самосохранения позволяет человеку сохранять внутреннее спокойствие, равновесие, отторгая поступающую к нему беспокоящую или способную дестабилизировать, разволновать его информацию, игнорируя или трансформируя ее определенным образом и превращая тем или иным способом в не беспокоящую, вполне «невинную».

Закон ритма общения

Данный закон отражает соотношение говорения и молчания в человеческом общении. Он гласит: *соотношение говорения и молчания в речи каждого человека – величина постоянная*. Это значит, что каждому человеку в день необходимо определенное время говорить и определенное время молчать.

На существование определенного соотношения между говорением и молчанием в речи отдельного человека впервые указал американский исследователь Элиот Чаплл. Любопытно, что норма соотношения говорения и молчания в общении – индивидуальная величина для каждого из нас. Есть приблизительные данные, полученные венгерскими учеными: они подсчитали, что за 70 лет жизни человек говорит примерно 2,5 года, что, что соответствует примерно 51 минуте в день. Подчеркнем, что эта величина весьма приблизительная, эта цифра может очень существенно различаться у разных возрастных, профессиональных категорий людей, у мужчин и женщин и просто у отдельных индивидов – в зависимости от характера и темперамента. Но для нас важно общее соотношение говорения и молчания: средняя норма, будем считать, – примерно 1 час говорения и 23 часа молчания в сутки. Таким образом, человек говорит гораздо меньше, чем молчит.

Закон ритма общения действует в человеческой жизни очень четко. Человеку необходимо соблюдать сложившийся, привычный для него ритм общения – иначе он начинает ощущать психическое беспокойство, возникает стресс, ухудшается настроение, общее состояние здоровья. Индивидуальный ритм общения "заложен" в человеке и требует своего соблюдения. У нас в сознании как бы установлен счетчик, ко-

торый нам сигнализирует - мы переговорили, надо помолчать, мы слишком долго молчим, нам пора набирать свою норму говорения. При этом в равной мере для человека важно соблюдать как норму говорения, так и норму молчания.

Если человек “переговорил”, ему необходимо восстановить ритм – помолчать, отмолчаться, выключиться из общения. Это связано с потребностью в психологической защите (человек просто устает от общения с другими людьми, от необходимости реагировать на их поведение, отвечать на вопросы, да и просто оттого, что видит вокруг себя чересчур много лиц). Важную роль также играет необходимость переработать и осмыслить получаемую в течение дня информацию - для этого нужно время и одиночество. Человек испытывает потребность помолчать, побыть в одиночестве, никого не видеть, он хочет, что его "оставили в покое" окружающие. В ситуации, когда человек перевыполнил норму общения, он часто говорит в сердцах: “Видеть никого не хочется!”

В своей профессиональной деятельности переговаривают учителя, вузовские преподаватели, руководители (у последних до 80% рабочего времени занимает общение, причем значительную его часть занимает телефонное общение – самое напряженное и стрессогенное), журналисты, врачи, юристы, экскурсоводы, служащие, которые ведут прием граждан, продавцы, предприниматели и некоторые другие категории людей. Эти люди нуждаются в систематическом отдыхе от общения, что нередко принимает форму домашней молчаливости, стремления уклониться в течение какого-то времени от общения даже с близкими людьми.

Многие мужчины молчаливы дома и предпочитают телевизор или газету общению с женой и детьми. В оправдание им можно сказать, что у мужчин норма говорения обычно ниже, чем у женщин, причем нередко – весьма значительно. Учитывая это, нужно признать, что мужчины на работе переговаривают в значительно большей степени, чем женщины, особенно мужчины-начальники - поэтому они и стараются дома выключиться из общения, взяв в руки газету или сев к телевизору – это повод сказать: "Не видишь, я занят!" и выключиться из общения, “набрать” свою норму молчания.

Естественно, у людей, которые много говорят по профессии, вырабатывается привычка к увеличенному объему говорения. Так, исследования показывают, что учитель со стажем не менее 5 лет, уже адаптировавшийся к работе в школьной системе, без напряжения может провести примерно подряд три урока в день, превышая среднюю норму

примерно в 2,5 раза. Если необходимо провести больше уроков – это уже дается труднее.

Учитывая указанное выше усредненное соотношение говорения и молчания в человеческом общении – 1:23, следует констатировать, что молчание для человека в структуре общения представляет большую ценность, нежели говорение, оно более востребовано. Именно поэтому отсутствие возможности уединения, возможности выключения из принудительного общения довольно тяжело переживается человеком.

Особенно тяжело переживают невозможность уединения люди с тонкой, ранимой психикой, у которых потребность в общении относительно невелика. Известен случай, когда в детдоме девочка 7 лет иногда внезапно убегала из класса, спальни, из столовой и пряталась под лестницей. При этом там она просто стояла и молчала. Каких-либо психических отклонений в ее поведении не было обнаружено, но когда она немного подросла, она сама объяснила свое поведение: "Это единственное место, где я могу побыть одна".

Люди плохо чувствуют себя в коммунальных и перенаселенных квартирах, вообще в больших домах и городах – они вынуждены принудительно много общаться, нарушая свой личный ритм общения.

В Санкт-Петербурге человек, съездивший на работу и вернувшийся домой, различил около 20 тысяч лиц (что в психологии уже считается установлением контакта). Естественно, вернувшись домой, он не захочет никого видеть. Выезды на природу, в сад, на дачу, мужские походы в баню, на охоту, рыбалку, в гараж – это все, строго говоря, формы уклонения от избыточного общения, попытки набрать норму молчания. У японцев есть слово "саби", что означает "уединенное молчание на природе" – они уходят на природу и в одиночестве слушают стрекот кузнечиков, пение птиц, гудки поездов и т.д., наблюдают природу и молчат.

Кстати, если один из супругов или друзей хочет общаться, а другой – молчать, то лучше выбрать молчание, поскольку, как уже отмечалось, человеку в структуре его общения молчание бывает более необходимо, нежели говорение.

Вместе с тем, отсутствие возможности общения, невозможность набрать свою норму говорения также исключительно тяжело переживается современным человеком. Особенно тяжело такая ситуация переживается русскими людьми, для которых общение с ближним – важнейшая потребность их характера, отличительная черта менталитета и коммуникативного поведения.

Люди, которые в силу тех или иных причин не могут набрать требуемую их психикой норму говорения, чувствуют себя часто крайне

плохо. У них ухудшается настроение, обостряются болезни, развивается мнительность. Часто в одиночестве оказываются пожилые люди. Они везде ищут общения, стараются заговаривать с незнакомыми людьми, ведут беседы в очередях, на приеме у врачей. Старики заводят домашних животных, с которыми они разговаривают.

Именно в силу недостатка общения так любят выступать с воспоминаниями ветераны. Часто ветерана, который начал делиться воспоминаниями, просто невозможно остановить – кажется, что он готов именно сейчас компенсировать недостаток говорения за весь предыдущий год; это необходимо понимать.

Люди, которые прикованы к постели или не выходят из дома, крайне нуждаются в общении – хотя бы телефонном; посещение больного во многом имеет смысл именно как предоставление ему возможности поговорить с нами, выйти из рамок молчания.

Женщины на скамеечке у многоквартирного дома разговаривают о чем угодно – потому, что им тоже необходимо набрать норму говорения. Мы проходим мимо них – они начинают обсуждать нас. Это вовсе не обязательно намеренное злословие, это в значительной степени проявление закона ритма общения: тема общения принципиально не важна, ее подсказывают ситуация, обстоятельства; важно *поговорить о чем-либо, набрать недостающую норму говорения*. Кстати, большинство этих женщин находятся весь день дома одни или с ними практически не разговаривают их близкие, поэтому они и набирают свою норму говорения на улице.

Молодежные тусовки преследуют те же цели. Послушаем, о чем говорят собравшиеся вместе подростки – глупости какие-то, с точки зрения взрослых, семечки лузгают и просто сидят где-нибудь вместе на каком-нибудь бревне. А им тоже все равно, о чем говорить – лишь бы пообщаться со своими, побыть вместе, поддержать контакт, побыть “на людях”.

Для восстановления ритма общения после его нарушения вовсе не обязательно компенсировать говорение и молчание в полном объеме. Здесь ситуацию с говорением и молчанием можно уподобить ситуации со сном и бодрствованием: если я недоспал 4 часа, это не значит, что на следующий день я должен добавить эти 4 часа к моим обычным восьми часам – иногда достаточно получаса сна днем, чтобы восстановить баланс сна и бодрствования. Аналогично, чуть дольше помолчал или поговорил с кем-либо – и ритм общения восстановлен.

Отметим, что ритм общения у людей зависит от пола – женщины обычно испытывают большую потребность в говорении, чем мужчины (отсюда их долгие и абсолютно бессодержательные с точки зрения

мужчин беседы с подругами по телефону); люди, живущие вместе долгое время, разговаривают друг с другом меньше, чем в молодости, когда начинали совместную жизнь; ритм общения претерпевает определенные изменения с возрастом: у детей и молодежи огромная потребность в общении, у людей среднего возраста она уменьшается, а в пожилом возрасте опять возрастает.

Существует также национальная специфика реализации данного закона: есть народы, у которых потребность в общении по сравнению с другими народами довольно низка. Корреспондент "Российской газеты" так описывает ситуацию в ненецком чуме: «Раз жила я в чуме одной пожилой четы. Я спрашиваю у хозяйки: – «Почему вы так мало говорите с мужем?» Она возразила: "Мол, мы говорим, но молча». Я сажусь около него, мне покойно и радостно. Он рядом, и может быть, думает обо мне и о наших детях, а я – о нем и о детях. Как же хорошо вместе думать об одном и молчать. Но также я всегда с радостью жду его слов". Малоразговорчивы финны, эстонцы, шведы, норвежцы, в целом народы Севера. Русские люди относятся к народам с большим объемом общения.

Закон речевого самовоздействия

Закон гласит: *словесное выражение идеи или эмоции формирует эту идею или эмоцию у говорящего.*

Из практики давно известно, что словесное выражение некоторой мысли позволяет человеку укрепиться в этой мысли, окончательно уяснить ее для себя. Если человек своими словами объясняет что-либо собеседнику, он сам лучше уясняет для себя суть рассказываемого. Ср. старый учительский анекдот – учительница говорит ученику: «– Ваня, я тебе уже 20 раз объяснила, сама наконец поняла, а ты все не поймешь»!

Известно из специальных исследований, что в счастливых семьях выше уровень так называемой вербальной любви, то есть в таких семьях больше говорят о любви друг к другу. Говоришь о любви – и больше любишь; говоришь, что зол, что ненавидишь – и больше ненавидишь; убеждаешь кого-либо в чем-то – и больше убеждаешься в этом сам. Таким образом, вербальная констатация идеи позволяет говорящему утвердиться в этой идее.

Именно закон речевого самовоздействия объясняет, почему можно, заставив себя принудительно улыбаться в трудной ситуации, действительно изменить свое настроение, улучшить его: «Маска веселости переходит в веселость», писал Д.Карнеги. То же самое и о плохом

настроении, слезах: если поддаться слезам, унынию, начать много жаловаться, то эмоциональное и физическое состояние человека ухудшаться: «Слезы порождают грусть, а не наоборот» (К.Лагне)».

На данном законе базируется так называемая аутогенная тренировка, в основе которой – словесные команды, отдаваемые человеком самому себе и регулирующие его психическое и физическое состояние: “Я спокоен, сердце бьется ровно, у меня хорошее настроение” и т.д.

Закон доверия к простым словам

Сущность закона коммуникативной простоты в следующем: *чем проще твои мысли и слова, тем лучше тебя понимают и больше верят*. Простота содержания и формы в общении - залог коммуникативного успеха.

Люди лучше воспринимают простые истины, потому что эти истины им более понятны, привычны. Многие из простых истин вечны, и поэтому апелляция к ним гарантирует интерес собеседников и их внимание. Интерес к вечным и простым истинам у людей постоянен.

Обращение к простым истинам – основа популизма в политике. Популизм неизменно имеет успех потому, что его носители говорят людям простые истины из набора тех, которые люди хотят услышать; популисты отвечают на те вопросы, некоторые волнуют людей.

Люди лучше воспринимают простые истины, потому что эти истины им более понятны привычны. Многие из простых истин вечны, и поэтому апелляция к ним гарантирует интерес собеседников и их внимание. Интерес к вечным и простым истинам у людей постоянен.

Обращение к простым истинам - основа популизма в политике. Популизм неизменно имеет успех потому, что его носители говорят людям простые истины из набора тех, которые люди хотят услышать; популисты отвечают на те вопросы, которые волнуют людей.

Набор проблем, которые волнуют большинство людей, не очень велик. Д.Карнеги считал, что таких проблем три - собственность, здоровье и секс. П.С.Таранов дает более развернутый список того, чего «хотят люди»:

- «1. Лидера (независимого, привлекательного, умного, способного генерировать свежие идеи и великолепно говорить).
2. Масштабных программ.
3. Ясных, понятных, коротких лозунгов.
4. Сильной власти.
5. Порядка.
6. Справедливости.

7. Первостепенного обеспечения жильем и питанием.
8. Защиты.
9. Надежных ориентиров.
10. Бережного отношения к нравственным ценностям.
11. Очевидных, конкретных, близких результатов.
12. Твердого следования провозглашенным целям.
13. Не столько свободы, сколько равенства.
14. Баланса интересов различных социальных групп.
15. Заманчивых обещаний /Увы!/>» (Секреты поведения людей, с.369)

Если человек получает простые ответы на перечисленные вопросы, он внимателен к тому, кто эти ответы дает, и склонен ему верить.

То же самое касается и речевой формы, в которую облакаются идеи – чтобы быть воспринятым, чтобы вызвать доверие и быть принятым, простые идеи должны быть упакованы в простые же слова, короткие фразы, понятные выражения, ясные формулировки, простые и короткие лозунги. При этом уровень интеллекта, профессиональной подготовки и другие характеристики реципиента или реципиентов не имеют принципиального значения – простым истинам и словам доверяет малограмотный, и образованный. Как писал Никколо Макиавелли (1496-1527), "чем многочисленнее толпа, к которой ты обращаешься, тем проще для восприятия должна быть твоя речь".

Риторы-практики рекомендуют мысленно уменьшать возраст своих взрослых слушателей примерно на 15-20 лет и обращаться к ним соответственно – если то, что мы говорим тридцатилетнему, будет сказано так, что это было бы понятно и 10-15- летнему, то есть гарантия того, что аудитория вас воспримет и поймет.

Закон притяжения критики

Формулировка закона такова: *чем больше вы выделяетесь из окружающих, тем больше о вас злословят и тем больше людей подвергает критике ваши действия.*

Выделяющийся человек всегда становится объектом повышенного внимания и “притягивает” к себе критику. А. Шопенгауэр писал: "Чем выше вы поднимаетесь над толпой, тем большее внимание вы привлекаете, тем больше будет о вас злословить". Он же отмечал, что "низменные люди получают огромное удовольствие от того, что находят недостатки или безрассудные поступки у великих людей".

Многих из нас очень огорчает злословие и несправедливая критика в наш адрес; вместе с тем, необходимо иметь в виду, что это коммуникативный закон, действие которого обусловлено чисто психологиче-

ски – выделяющееся объективно привлекает внимание и становится предметом обсуждения людей; концентрируются же люди преимущественно на недостатках выделяющихся личностей в попытке снизить объект критики до уровня, сопоставимого с ними самими (ср. старый анекдот: мать говорит знакомой – "У меня сын как Ленин, из тюрьмы в тюрьму!"). Д. Карнеги говорил: не ругают только пень от срубленного дерева, ты же не можешь стать пнем.

К данному явлению необходимо относиться именно как к закону, как к неизбежности. Образец отношения к личным нападкам на него как политического деятеля демонстрировал президент США А. Линкольн: «Если бы я попытался прочесть все нападки на меня, не говоря уже о том, чтобы отвечать на них, то ничем другим заниматься мне было бы невозможно. Я делаю все, что в моих силах, и намерен так действовать до конца. Если конец будет благополучным, то все выпадает против меня не будут иметь абсолютно никакого значения. Если же меня ждут поражение, то даже десять ангелов, поклявшись, что я был прав, ничего не изменят». Американский менеджер Эл Ньюхарт писал: «Не обращайтесь внимания на тех, кто во всем пытается вам противоречить. Когда вы добьетесь успеха, насмешки обернутся поздравлениями. Те, кто смеялся над вами, станут смеяться вместе с вами».

Притяжение критики – объективный закон, действующий в человеческом обществе, и не нужно на него обижаться.

Закон самопорождения информации в группе общения

Формулировка закона: *при дефиците информации в какой - либо группе общения эта информация самопорождается в рамках группы.*

Этот закон объясняет возникновение слухов разного рода: слухи возникают в условиях отсутствия объективной информации. Источниками слухов являются догадки, субъективные мнения, страхи, аналогии и др. виды информации, присутствующей в группе (например, в коллективе, спортивной команде, да и в обществе в целом). Психологи фиксировали возникновение слухов даже на полярной станции.

Причиной возникновения слухов является потребность людей обсуждать и вырабатывать свое отношение к проблемам, затрагивающим их интересы. Важным элементом существования и деятельности любой группы является обсуждение внутри группы сплывающей ее информации - как сугубо производственной, внутренней, так и выходящей группу "во вне", в окружающий мир.

Таким образом, слухи возникают как реакция на отсутствие информации. Следствием из этого закона является правило для каждого

руководителя: давать своевременную информацию по волнующим людей вопросам.

*Закон модификации
отклоняющегося коммуникативного поведения слушателя*

Формулировка закона: *если собеседник в общении нарушает некоторые коммуникативные нормы, другой собеседник испытывает потребность сделать ему замечание, заставить изменить коммуникативное поведение.*

Так, если собеседник начинает кричать на нас, нам всегда хочется сказать ему: – Перестаньте кричать! Если он стал говорить тихо, нам хочется сказать: – Говорите громче! Если он начинает командовать, распоряжаться, мы говорим: – А почему вы здесь командуете? Стесняющемуся человеку мы говорим: – Смелее, не стесняйтесь! Хвастуну: – Что это вы расхвастались? и т.д.

Человек, наблюдающий у собеседника отклонения от некоторых норм коммуникативного поведения, испытывает искушение изменить, модифицировать коммуникативное поведение собеседника. Этот закон конкурирует с законом отзеркаливания: верх берет либо отзеркаливание коммуникативной манеры собеседника, либо модификация его поведения - в зависимости от ситуации, участников общения, их коммуникативных ролей, социального и должностного положения и т.д.

Закон ускоренного распространения негативной информации

Суть данного закона хорошо передает русская пословица "Плохие вести не лежат на месте": *негативная, пугающая, способная повлечь изменения в статусе или положении людей информация имеет тенденцию к более быстрому распространению в группах общения, нежели информация позитивного характера.*

Это связано с повышенным вниманием людей к отрицательным фактам – в силу того, что положительное быстро принимается людьми за норму и перестает обсуждаться. Люди проявляют большее внимание к негативным фактам, интенсивнее обсуждают негативные факты, поскольку испытывают страх за свое положение, будущее, здоровье и др. Кроме того, обсуждение и ускоренное распространение негативной информации связано со стремлением людей путем обсуждения "плохого" избавиться от страха перед ним (закон речевого поглощения эмоции, см. ниже).

*Закон искажения информации при ее передаче
(«закон испорченного телефона»)*

Формулировка закона: *любая информация, передаваемая в группе общения, искажается в процессе передачи.*

Чем большее число людей обсуждает и передает другим ту или иную информацию, тем больше вероятность искажения этой информации – степень искажения информации прямо противоположна числу передающих ее лиц. Но искажения имеют тенденцию возникать и при передаче информации одним лицом, ср. учет этого Гамлетом в одноименной трагедии Шекспира:

Гамлет. ... Пусть принесут рапиры.

Озрик. Можно ли именно так передать ваши слова?

Гамлет. Именно так, сэр, с прикрасами, какие вам заблагорассудится прибавить.

Озрик. Поручаю себя в своей преданности вашему высочеству.

Искажения происходят вследствие субъективной интерпретации информации каждым следующим лицом, ее получающим, а также вследствие “правила комментирования” передаваемой информации - каждый передающий информацию фактически комментирует ее в рамках своего понимания - хотя бы интонационно демонстрирует к ней свое отношение.

Например, просьбу директора зайти к нему можно передать с разной интонацией: - Директор просил тебя зайти - нейтрально, с угрозой, с сочувствием, с интересом и т.д., причем в любом случае это будет информация, которую передающий сам добавляет к сообщению - директор его ничего подобного сообщать не просил. Человек, получивший соответствующую информацию, уже будет определенным образом настроен перед своим визитом к директору, хотя в задачи директора это не входило.

Искажения вызываются также нашим неумением слушать собеседника, а иногда - нежеланием продемонстрировать свою непонятливость и переспрашивать, когда что-либо непонятно. Естественно, что чем “через большее число голов” проходит информация, тем бóльшим искажениям она неизбежно подвергается; на этом основана забавная популярная игра “Испорченный телефон”.

Данное явление особенно опасно при передаче директивной информации - от руководителя к исполнителям. Исследования в сфере менеджмента показывают, что от директора к рабочему доходит и правильно понимается не более 25% информации; кстати, информа-

ция “снизу” - от рабочего к директору - доходит неискаженной лишь в 10% случаев.

Руководителю особенно важно понятно объяснить задачу и проверить правильность ее понимания подчиненными /ср. в армии: - Повторить приказание!/. В связи с этим письменные задания и распоряжения позволяют снизить риск искажения директивной информации.

В рамках данного закона находит объяснение и явление искажения заочной оценки. Особенно часто бывают необъективными заочные негативные характеристики людей - у каждого из сообщающих нам свою оценку того или иного человека, могут быть свои причины добавить что-либо от себя. Кроме того, необходимо помнить, что негативные оценки обычно субъективны - человек может быть плох для того или иного нашего собеседника по самым различным признакам, но этот же человек для нас может совсем не быть плохим - к примеру, вам не нужны его волевые качества, а необходимо его умение работать на компьютере. Любопытно, что положительные заочные оценки, поступающие от третьих лиц, нередко бывают более объективными.

Закон детального обсуждения мелочей

Знать этот закон особенно важно, когда мы обсуждаем что-либо коллективно. Формулировка закона: *люди охотнее сосредотачиваются на обсуждении незначительных вопросов и готовы уделять этому больше времени, чем обсуждению важных проблем.*

Американский социолог и писатель С. Паркинсон приводит убедительный пример действия данного закона: обсуждение выделения многомиллионного кредита на строительства атомного реактора занимает у правления компании две минуты, а дискуссия по проблеме утверждения суммы 35 шиллингов в месяц на кофе для заседаний некоего комитета - час с четвертью:

Председатель. Пункт 11. Закуски для собраний Объединенного благотворительного комитета. 35 шиллингов в месяц.

М-р Туп. А что они там едят?

Председатель. Кажется, пьют кофе.

М-р Груб. Значит, в год выходит... Так, так, 21 фунт?

Председатель . Да.

М-р Смел. Бог знает что! А нужно ли это? Сколько они времени заседают?

Споры разгораятся еще сильнее. ... Все знают, что такое кофе, как его варить, где купить и покупать ли вообще. Этот пункт займет час с

четвертью, к концу которого собравшиеся потребуют у секретаря новых данных и перенесут обсуждение вопроса на следующее заседание” / с.40/. С.Паркинсон так объясняет действие закона /он называет его законом привычных сумм/: время, потраченное на обсуждение пункта, обратно пропорционально рассматриваемой сумме.

Детальное обсуждение мелочей связано с тем, что именно по мелочам, как правило, все люди имеют свое определенное мнение, все разбираются в них, в то время как при решении глобальных вопросов многие являются неспециалистами и не участвуют в обсуждении либо формально присоединяются к мнению специалистов или авторитетов, не считая себя компетентными или думая, что от них ничего не зависит.

Следствие: необходимо тщательнее готовить обсуждение сложных вопросов, а при обсуждении мелочей предлагать готовое решение на утверждение.

Закон узкого круга

Формулировка закона: *постоянное круглосуточное общение с узким кругом людей притупляет взаимный интерес.*

Этот закон, сформулированный П.С.Тарановым (Секреты поведения людей, с.472) объясняет, почему люди, которые долго живут вместе, не только постепенно утрачивают интерес друг к другу, но и в определенный период начинают испытывать раздражение и даже неприязнь друг к другу.

Театральные коллективы, говорят, живут не дольше 20 лет. Коммунальные квартиры, семьи – место постоянного взаимного напряжения, если люди не обладают достаточной культурой межличностных отношений, не умеют сглаживать возникающие противоречия. Кстати, статистика драк и даже убийств во многом свидетельствует, что такие преступления совершаются прежде всего в кругу своих, в семье.

Следствие: «искусство брака состоит в умении перейти от любви к дружбе» (А.Моруа), что всем нам важно понимать.

Необходимо принимать специальные меры, чтобы поддерживать и развивать интерес друг к другу в семье. Необходимо иметь детей и внуков, друзей и знакомых, приглашать их к себе и ходить к ним, приносить в семью новые впечатления, путешествовать вместе и порознь, обогащая друг друга новыми впечатлениями.

В небольших коллективах необходимо то же самое – необходимы новые люди, совместные мероприятия по сплочению и развитию коллектива, сочетание разновозрастных сотрудников. То же можно ска-

зать и о необходимости поддержания и развития отношений с соседями.

Закон узкого круга ориентирует нас на постоянный выход в общении за пределы этого узкого круга для сохранения нормального общения друг с другом.

Закон ближнего круга

Данный закон, также выделенный П.С.Тарановым (там же, с. 26), гласит: *сила влияния людей друг на друга прямо пропорциональна степени их социальной близости.*

Установки ближайшего круга общения для человека всегда весомее и сильнее, чем нормы отстоящих сообществ, включая и общество в целом.

Человек всегда доверяет высказываниям и мнениям тех, кто к нему социально близок. Так, для интеллигента – это интеллигент, для рабочего – рабочий, для учителя – учитель, для военного – военный, для маргинала или бомжа наиболее авторитетен другой маргинал или бомж. Для того, чтобы эффективно воздействовать на человека, надо, чтобы то или иное мнение высказал социально близкий ему человек – или хотя бы человек, *выглядящий* как социально близкий, «свой», что всегда стараются делать политики.

В ближайший круг человека входят его родные, соседи и коллеги. Их мнение будет воспринято при прочих равных условиях как более верное и авторитетное, чем мнение тех, с кем человек лично не общался. Массовое пожимание избирателям рук, практикуемое западными политиками в период предвыборной компании, нацелено именно на приближение к человеку, вхождение в его ближайший круг – лично знакомых, лично общавшихся с ним.

Влияние ближайшего круга в общении особенно сильно в России с ее коллективистским началом и традиционно сильным влиянием семьи и друзей на формирование мнения и поведения отдельной личности.

Закон эмоциональной аффилиации

Формулировка закона: *люди в эмоциональном состоянии стремятся объединиться в группу и общаться друг с другом.*

Возбужденные люди сразу образуют группы или даже толпы.

Возбужденные люди предпочитают общаться и образовывать группы с такими же, как они сами; люди в плохом настроении ищут друзей по несчастью, радостному человеку хочется общаться с радостным же

партнером и т.д. Поэтому так одинаково легко образуются толпы ликующих и агрессивных людей.

Интересно, что люди не возбужденные особой тенденции к поиску партнеров в таком же эмоциональном состоянии не обнаруживают (С.Таббс, С.Мосс), в связи с чем можно утверждать, что снятие эмоционального возбуждения ведет к распаду подобной группы общения.

Закон речевого усиления эмоций

Формулировка закона: *эмоциональные выкрики человека усиливают переживаемую им эмоцию.*

Так, экспериментально установлено, что если человек кричит: – Ой, ужас какой! Ой, как страшно! Ой, боюсь! – то реально переживаемый им страх усиливается. Эмоциональная констатация эмоции усиливает ее, как показывают исследования, в полтора-два раза (см. выше закон речевого самовоздействия). Таким образом, если человек "молча" испытывает ту или иную эмоцию, не выражая ее словами, она по силе остается "равна самой себе"; если же человек ее вербализует, она усиливается.

Следствие: не надо кричать от страха, и страх не возрастет.

Данный закон реализуется и в другом случае – при адресации эмоциональных выкриков в лицо партнеру. Если человек кричит другому в лицо : – Ах ты, дрянь! Ах, ты гад! Ах, ты так?!, – то реально переживаемая им негативная эмоция (ярости, злости, страха и т.д.) тоже усиливается, человек самораспаляется, агрессивность его возрастает.

Если же человек вербализует в аналогичных ситуациях положительные эмоции, например: – Ах, ты радость моя! Милая ты моя! Любимый ты мой! или: Ура! Го-о-л! и т.д., то положительная эмоция также усиливается. В толпе – например, на стадионе, вовремя матча, или на митинге, в толпе, охваченной паникой, благодаря механизму психического заражения, в условиях криков и выкриков сила переживаемой человеком эмоции возрастает до 4 раз.

Закон речевого поглощения эмоций

Формулировка закона: *при связном рассказе о переживаемой эмоции она поглощается речью и исчезает.*

Выраженное в связном рассказе эмоциональное переживание (например, горе), будучи рассказанным и выслушанным, «исчезает» вместе со словами, которые были использованы для рассказа. Слова

как бы впитывают, поглощают как губки выражаемую ими эмоцию, забирая ее у человека.

Данное явление известно в формулировке "поплакаться в жилетку" – если твою жалобу выслушали, посочувствовали, твое огорчение, расстройство, переживание значительно ослабляется, а часто и совсем уходит. Если же рассказать о горе некому, человек, особенно русский, очень тяжело это переживает. Вновь вспомним классическое описание М.Лермонтовым данного состояния души: «И скучно, и грустно, и некому руку подать в минуту душевной невзгоды...».

У многих людей есть знакомые, к которым все ходят жаловаться: эти люди умеют выслушивать, и к ним ходят за психическим и эмоциональным сочувствием. При этом решающее значение приобретает именно сам рассказ, который должен быть сочувственно выслушан. Если человек рассказывает, как ему больно, то у него действительно меньше болит. Пожилые люди потому так любят рассказывать о своих болезнях, что это действительно доставляет им некоторое психическое и физическое облегчение.

Один мудрый человек сказал: если больной после приема у врача не чувствует себя лучше, врач плохой. Ведь больной врачу жалуется, больного врач должен выслушать, посочувствовать, воодушевить.

Многие женщины, особенно пожилые, любят рассказывать родственникам, знакомым и даже первому встречному всякие страшные криминальные истории, о которых сообщали в газетах или рассказывали соседи – как целую семью убили, головы отрезали, квартиру подожгли и т.д. Эти рассказы – тоже проявление стремления использовать речь для избавления от неприятной эмоции. Такие истории рассказывают люди, которым самим очень страшно, которые всего этого ужасно боятся. Рассказав о страшном, они от этого страха избавляются – во-первых, выразив его словами, а во-вторых, напугав других: взаимность страха, как известно, делает страх более легко переносимым – если все боятся, то мне уже и не так страшно, я не один.

Если человек рассказывает о своей радости, то она тоже постепенно уходит: рассказал, за тебя порадовались, и все. Американские психологи поэтому рекомендуют следующее: чтобы продлить ощущение радости, некоторое время надо поддержать радостное событие втайне от тех, кому больше всего хотелось бы об этом рассказать, и при этом «ходить вокруг» этих людей – тогда, по мнению американцев, вы сможете получить истинное удовольствие от своих положительных эмоций, насладиться ими.

Еще одной формой проявления данного закона является ни на кого не направленная эмоциональная речь, в том числе брань, ругательства,

никому не адресованные: – Вот, черт! – Проклятье! – Черт возьми! и др., вплоть до самых крепких выражений.

Подчеркнем, что в таком употреблении ругательства выполняют функцию выпуска пара – безадресно выругался, и полегчало. Установлено, что если человек ударился ногой обо что-либо и выругался себе под нос, нога меньше болит. Важно лишь иметь в виду, что в подобных случаях ругательства должны употребляться безадресно и никто их не должен слышать; употребление же их адресно (в лицо обидчику) приводит к усилению выражаемой ими эмоции.

Функция поглощения эмоции – одна из важнейших функций инвективной (бранной) лексики; следует только еще раз напомнить, что такие слова должны употребляться без свидетелей, чтобы не оскорблять общественную нравственность. Кстати, в функции поглощения эмоции может выступать любое слово, которое мы решим для этого использовать.

Закон эмоционального подавления логики

Данный закон гласит: *в эмоциональном состоянии человек теряет логичность и аргументированность речи.*

Если человек возбужден, то в его мыслительной деятельности начинает доминировать правое эмоциональное полушарие, а левое, логическое, отвечающее за рациональное мышление, за понимание связной речи и порождение связной речи, оказывается подавленным, как бы отключенным. Чем сильнее эмоция, тем слабее возможность человека воспользоваться своим левым полушарием, то есть логическим мышлением, разумом. Именно поэтому возбужденного человека логикой не возьмешь – он логику не воспринимает, не может мыслить логически.

Доминирующее у возбужденного (как и у пьяного) человека правое полушарие понимает преимущественно короткие, частотные готовые фразы, отдельные конкретные слова, но плохо понимает рассуждения, очень плохо понимает связную речь и практически не воспринимает каких-либо аргументов.

Когда возбужденный человек говорит, он тоже пользуется в основном правым полушарием, которое не может обеспечить человеку связной речи, аставляет ему лишь отдельные готовые фразы. Поэтому возбужденный человек и сам неубедителен, когда говорит, и не воспринимает логичную речь.

Возбужденный человек, пользуясь преимущественно правым полушарием, искаженно понимает смысл обращенных к нему слов –

чаще всего он способен понять лишь смысл *отдельных слов*, наиболее громко произнесенных либо завершающих реплику, к анализу связи слов он практически неспособен. Поэтому возбужденный и пьяный ведут себя очень сходно – кричат, повторяются, не слышат и не понимают очевидного, «цепляются» к отдельным словам (поскольку фактически и понимают только отдельные слова), не понимают связи между словами, неспособны сделать разумные выводы из сказанного.

Следствием из закона эмоционального подавления логики можно считать следующее суждение: возбужденному человеку не надо ничего доказывать и убеждать его в чем-либо, с ним нужно общаться эмоционально, демонстративно не спорить, соглашаться с ним и постепенно снижать уровень его эмоционального возбуждения, успокаивать его, чтобы в конце концов "включить логику".

Рассмотренные нами законы общения не исчерпывают списка коммуникативных законов, которые могут быть выделены. Это, по-видимому, лишь наиболее яркие, лежащие «на поверхности» общения. Знание их, умение их распознать, сознательно использовать, а иногда и противостоять им – важная составляющая коммуникативной грамотности носителя языка.

3. Принципы бесконфликтного общения

Как уже отмечалось выше, принципы общения выражаются в правилах (рекомендациях по общению), а правила конкретизируются определенными приемами. Рассмотрим соотношение принципов, правил и приемов на примере бесконфликтного общения.

Принцип первый: принцип терпимости к собеседнику

Принцип гласит - «Принимайте собеседника таким, каков он есть».

Помните: собеседник всегда прав. Даже если он не прав.

Правила, в которых реализуется данный принцип:

* Не пытайтесь переделывать вашего собеседника в момент разговора:

– не говорите ему: - Почему вы на меня кричите? -Почему вы со мной в таком тоне разговариваете?

* Пытайтесь преодолеть негативную установку к собеседнику (то есть заранее сформировавшееся к нему негативное отношение).

Помните: негативная установка часто беспричинна, человек всегда сложнее того «ярлыка», который ему наклеивается;

– не доверяйте чужой оценке - она всегда субъективна, человек может иметь свои причины не любить кого-либо, но вас это может совсем не касаться,

– оцените собеседника только после разговора.

* При общении отвлекайтесь от недостатков собеседника.

– не замечайте его оплошностей, неудачных слов и выражений,

– назовите для себя недостатки собеседника особенностями.

* Приспосабливайтесь к собеседнику:

– говорите с ним на его " языке", в понятных ему словах и выражениях,

– учитывайте его настроение, самочувствие.

Принцип второй: принцип благоприятной самоподачи

Принцип гласит: «Добивайтесь расположения собеседника, стремитесь понравиться ему».

Помните: понравиться удастся не всегда, но стремиться к этому надо.

* Произведите максимально приятное внешнее впечатление:

Помните: «по одежке встречают»;

– культурная и аккуратная одежда располагает к такому же общению,

– имейте бодрый, жизнерадостный вид,

– демонстрируйте хорошее настроение,

– будьте физически энергичны и подвижны.

* Демонстрируйте уважительную манеру общения:

– держите уважительную дистанцию, соблюдайте уважительную позу и выражение лица,

– демонстрируйте внимание к словам партнера,

– смотрите на собеседника,

– не говорите слишком громко и уверенно,

– не начинайте необходимый вам разговор сразу, сначала поговорите на общие темы, на темы, интересующие собеседника.

* Демонстрируйте собеседнику, что он вам нравится:

Помните: нам нравятся те, кому нравимся мы, поэтому покажите собеседнику, что он вам нравится, и тогда вы понравитесь ему (*принцип кукушки и петуха*):

- ищите способ восхититься собеседником, используйте «восхитительное наклонение» (В.Леви).

- показывайте, что общение с ним для вас приятно, доставляет вам удовольствие,

- повторяйте вслух отдельные слова и выражения собеседника, сопровождая их своими положительными комментариями (вот именно..., правильно вы сказали... и др.),

- используйте поддерживающие реплики, поддакивайте,

- задавайте конкретные вопросы « на прояснение».

* Говорите собеседнику, что у вас с ним общие интересы, взгляды :

- показывайте, что вы «свой»: чем более «своим» ощущает вас собеседник, тем эффективнее будет ваше речевое воздействие на него,

- подчеркивайте общность ваших интересов,

- указывайте на общность стоящих перед вами и вашим собеседником проблем,

- показывайте, что ваша жизнь не отличается от жизни вашего собеседника,

- поддерживайте его ценности и оценки,

- чаще соглашайтесь с собеседником, говорите, что он прав,

- демонстрируйте понимание его проблем, чаще говорите "я вас понимаю".

* Индивидуализируйте собеседника:

- выделяйте собеседника из остальных людей,

- замечайте собеседника среди других людей , отдельно здоровайтесь,

- отмечайте в разговоре с собеседником его отличительные особенности, называйте их,

- чаще обращайтесь к собеседнику,

- чаще называйте собеседника по имени, по имени и отчеству,

- интересуйтесь его делами, задавайте вопросы о том, как решаются его проблемы,

- чаще спрашивайте его мнение,

- вспоминайте его прошлые высказывания, говорите, что он был прав,

- заинтересованно комментируйте его поведение - " я вижу, вы устали", " мне кажется, вам холодно " и т.д.

* Укрупняйте собеседника:

- дайте собеседнику почувствовать себя значительным;

- чаще советуйтесь с собеседником, просите у него совета по тем или иным вопросам,

- отмечайте его достоинства, говорите ему о них,
- приписывайте ему положительные черты, которых у него, может быть, и нет,
- задавайте больше уточняющих вопросов (кроме вопросов, начинающихся с «А почему»),
- одобряйте его самые незначительные успехи,
- снижайте себя в глазах собеседника, рассказывайте о своих слабостях, неумении,
- намекайте на компетентность собеседника (" Вы, конечно, лучше меня знаете, что ..."),
- дайте вашему собеседнику превзойти вас.

* Говорите собеседнику комплименты:

Помните: комплимент - это словесный подарок собеседнику; комплименты не имеют противоположностей;

- самый эффективный комплимент - на фоне антикомплимента («я два часа бился, а вы за 5 минут все сделали»),
- передавайте комплименты «заочно», через других людей: «нет лести неотразимее той, что передается из вторых рук».

* Говорите меньше собеседника:

Помните: многословных считают глупыми, многословный не дает собеседнику поговорить о себе;

- дайте собеседнику поговорить о себе,
- сокращайте свое говорение за счет разговора о себе, и ваша речь станет намного короче.

* Выслушивайте собеседника:

- собеседника, умеющего слушать, считают умным,
- умеющего слушать считают вежливым, уважительным и культурным,
- к внимательному слушателю собеседник сразу располагается,
- не демонстрируйте нетерпение,
- не перебивайте,
- задавайте вопросы,
- выделяйте и повторяйте своими словами главные мысли собеседника,
- не смотрите в разговоре на посторонние предметы, не отводите взгляд от собеседника,
- подтверждайте понимание (« я понял, что вы имеете в виду...», я правильно понял, что ...; значит, вы считаете, что... и т. д.),

***Принцип третий : принцип позитива
(минимизации негативной информации)***

Принцип гласит: «Сведите к минимуму сообщаемую собеседнику негативную информацию, давайте максимум позитивной информации».

Совсем без негативной информации строить общение невозможно, но :

- негативная информация должна быть минимальной,
- форма ее сообщения должна быть оптимальной.

* Не вспоминайте плохое, не упрекайте собеседника:
– «Не надо пилить опилки, они уже напилены» (Дейл Карнеги).

Помните: упрек заставляет оправдываться;

- пропускаяйте мелкие обиды или выпады в свой адрес,
- не вспоминайте негативный совместный опыт («а ты вспомни, как ты ..., у тебя это уже не первый раз» и так далее), вспоминайте только положительный совместный опыт, общие успехи,
- меньше критикуйте, не делайте замечаний: «критика - как почтовый голубь, она всегда к вам вернется» (Дейл Карнеги).

* Не покушайтесь на ценности и стереотипы собеседника:

- не отзывайтесь плохо о его кумирах,
- критику, если без нее нельзя, представьте в форме непонимания («Этот поступок, эту музыку, эту точку зрения и др. я не понимаю»).

* Не давайте советов, если вас не просят:

Помните: советуя по своей инициативе, вы демонстрируете собеседнику свое превосходство в опыте, знаниях и др.;

- не учите других людей, как и что они должны делать,
- если надо вмешаться, облакайте это в форму заботы («Может быть, вы пройдете вперед, а то здесь вас совсем затолкают») или говорите о себе: «Я обычно в таких случаях...».

* Не спорьте по мелочам:

- преодолевайте внутреннее желание спорить,

Помните - из двух ссорящихся всегда виноват тот, кто умнее (В.Гете)

- игнорируйте уколы в свой адрес,
- чаще соглашайтесь с собеседником в непринципиальных вопросах и говорите ему о своей согласии с ним,
- не спорьте с собеседником, по какой стороне улицы идти - идите по той стороне улицы, по которой хочет идти собеседник, но ведите его туда, куда нужно вам.

Глава 4.

Национальные особенности общения

1. Национальное коммуникативное поведение

В процессе межкультурного общения нетрудно заметить, что представители разных народов, наряду с общими чертами в общении, демонстрируют и отличия, причем эти отличия касаются как общей манеры, стиля общения, присущих разным народам, так и различий в общении в тех или иных конкретных коммуникативных ситуациях. Последние наиболее легко наблюдаемы в процессе межкультурного общения, и различия могут быть так велики, что вызывают состояние шока.

Существует понятие культурного шока, под которым понимается осознание резкого расхождения материальных или духовных культур двух народов, проявляющееся в условиях личного, непосредственного контакта представителей одной культуры с представителями другой культуры и сопровождающееся непониманием, неадекватной интерпретацией или прямым отторжением с позиций собственной культуры. Термин культурный шок ввел К. Оберг в работе: Oberg, Kalervo. Culture shock: Adjustment to New Environments. Practical Anthropology. 1960, N 7,177-182 .

Культурный шок проявляется в стандартной, стереотипной ментальной или вербальной форме, например, в таких формулах как:

- Зачем они ... (заставляют гостей пить);
- Как можно... (ходить по городу (по гостинице, по поезду) в спортивном костюме; есть столько чеснока; не ополаскивать посуду после использования моющего средства, специально чавкать во время еды);
- Неужели трудно... (наделать пробок, чтобы затыкать раковину для умывания; вернуть подарок в красивую бумагу, положить в туалете туалетную бумагу, вымыть стекла в квартире) и т.д.

Изучение межкультурного общения позволяет выделить и *коммуникативный шок* – резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и не понимаемое, вызывающее удивление, неадекватно интерпретируемое или прямо отторгаемое представителем гостевой лингвокультурной общности с позиций собственной коммуникативной культуры.

Коммуникативный шок, также как и культурный, выражается в ментальных и вербальных стереотипных реакциях, например:

- Почему они ... (так тихо говорят, так медленно отвечают, так много жестикулируют, так близко подходят, все время улыбаются, никогда не улыбаются, много извиняются, не благодарят родственников и друзей за помощь или услугу и т.д.);
- Зачем они... (говорят спасибо уходя из гостей, так часто жмут руку, так долго извиняются, прежде чем обратиться и т.д.);
- Почему у них ... (чтобы спросить, надо стоять в очереди);
- Как странно... (они в поезде не разговаривают с попутчиками, они спрашивают вас о здоровье через неделю, после того как вы заболели, на вопрос “как дела” всегда говорят “прекрасно” и т.д.);
- Какая наглость (как неприятно!)...(они очень близко подходят, они могут дотронуться до тебя в разговоре, любой может с тобой заговорить, тебе все время дают советы, что и как делать и т.д.);
- Как они не понимают, что... (мы не хотим слушать подробностей их жизни, мы не хотим произносить тосты и т.д.).
- Как смешно... (выходящего из магазина человека русские незнакомые люди спрашивают “Что там есть?”)

И. Эренбург писал в своих воспоминаниях, как его поразило, что знакомый китаец с улыбкой рассказывал о смерти своей жены – “это мое горе, вы не должны огорчаться”.

В. Овчинников описывает такой случай: «Иностранец, работающий переводчиком в редакции японской газеты, закончил срочную статью и понес ее в типографию. У входа на лестницу он столкнулся с японским коллегой, который тоже направлялся вниз.

- Раз вы идете в типографию, то не передадите ли заодно этот текст линотипистам? -- попросил переводчик.

Японец остолбенел, словно ему предложили броситься в лестничный пролет. Молча взяв текст, он с трудом превозмог себя и зашагал вниз. Лишь когда японские сослуживцы принялись корить иностранца, он понял, что нанес оскорбление.

- Как можно было обращаться с такой просьбой к отцу двоих детей? Ему пришлось нести вашу статью вниз, словно простому курьеру. Это в его-то возрасте, в его-то положении» (Овчинников, 1975, с. 65).

Журналист Д.Крылов на заре своей журналистской карьеры (1990) брал интервью у известного американского телеведущего и в конце интервью спросил своего собеседника: “Скажите, а сколько Вы зарабатываете?” Надо было видеть коммуникативный шок американца! “Сколько я зарабатываю? Вы хотите знать, сколько я зарабатываю?” – растерянно повторил он, а наш журналист, как ни в чем не бывало, не

подозревая, что у американца переспрос в такой ситуации означает, что вопрос ему неприятен, подтвердил свой вопрос: “Да, сколько Вы получаете?” Американец крайне растерялся и засмеялся нервным смехом: “О, сколько я зарабатываю...Ну, я много зарабатываю... Очень много...Больше, чем мне нужно...” И тут он стал оправдываться перед Д.Крыловым, стал говорить, что и за меньшую зарплату он бы так же хорошо работал, что ему нравится его работа. Тут Д.Крылов решил завершить интервью. Американец на прощание пожал ему руку и, продолжая улыбаться, невпопад сказал: «О, сколько я получаю...Вопрос о моей зарплате мне еще никто в моей жизни не задавал...» Российский журналист так и оставил своего собеседника растерянно улыбающимся и крайне смущенным, нарушив важнейшее правило американского коммуникативного поведения – табу на вопрос о размере личных доходов.

Русские люди, общаясь с китайцами, нередко бывают весьма озадачены, когда китайские друзья на обращенное к ним слово *спасибо* реагируют весьма странно: “Зачем благодарить – мы же друзья!”. У китайцев не принято благодарить близких друзей. Немцы часто удивляются, когда русские говорят *спасибо*, уходя из гостей – “За что спасибо?” – недоумевают немцы.

Коммуникативный шок возможен и в сфере невербального коммуникативного поведения, и в сфере социального символизма народа.

Йейл Ричмонд (с. 121-122) отмечает, что русские актеры, публичные деятели начинают аплодировать вместе с аплодисментами аудитории - это крайне озадачивает американцев: они считают, что русские нескромно аплодируют себе. Но по русской коммуникативной традиции они не себе хлопают, они своими аплодисментами благодарят за аплодисменты зрителей. Американцы искренне удивляются, что у русских (как и во всей Европе) свист на концерте не знак одобрения, а неодобрение.

Русских поражает академическая традиция в университетах Германии стучать по столу в знак одобрения прослушанной лекции – в России стук по дереву в ряде ситуаций означает “тупой, неразвитый. Немцев поражает русский детский жест “фига”, который в немецком коммуникативном поведении означает мужское сексуальное предложение – а в России в детском саду дети бегают и показывают друг другу фиги. У жителей Буркина Фасо четное число цветов в букете – к счастью, нечетное – к несчастью, то есть противоположно русской традиции; русская студентка шокировала французскую подругу, принеся той на свадьбу букет белых хризантем – во Франции такие цветы приносят на похороны. К немецким студенткам пришли без приглаше-

ния русские молодые люди и очень обидели хозяек тем, что не стали раздеваться, а потом, посидев немного, спросили разрешения снять верхнюю одежду. Немки не поняли, что русские этим хотели сначала показать, что надолго не задержатся. И т.д., и т.п.

Последствия коммуникативного шока могут быть самыми разными, но в основном – неприятными. Кое-что в ходе дальнейшего общения может разъясниться, но во многих случаях коммуникативный шок негативно сказывается на общении, может привести к конфликту. Коммуникативный шок может привести к формированию представления о том или ином народе как некультурном (близко подходят, много говорят, дотрагиваются, вмешиваются в твои дела, задают слишком личные вопросы и т.д.), о непонятном - когда неясны мотивы тех или иных коммуникативных действий (за что говорить спасибо, уходя из гостей, почему не надо говорить спасибо друзьям), а нередко способствует формированию чувства национального превосходства и высокомерия в отношении народа с иной, “непонятной” коммуникативной культурой. Коммуникативный шок надо предвидеть и принимать меры к тому, чтобы он не случался..

В связи со сказанным изучение, описание и “упреждающее разъяснение” контрастных и эндемических черт коммуникативных культур становится особенно важным и актуальным. Наличие явления коммуникативного шока в практике межкультурного общения – важный аргумент в пользу необходимости системного описания национальных особенностей общения одного народа для представителей другого народа.

Отметим также, что кроме коммуникативного шока, существует много других случаев не таких резких, но тем не менее достаточно заметных расхождений в коммуникативном поведении разных народов, что также требует описания и разъяснения.

Интерес к национальными особенностям общения приводит многих исследователей к попыткам описать эти особенности. Это делают путешественники, журналисты, послы, миссионеры и даже туристы. Однако имеющиеся описания обычно страдают рядом существенных недостатков. Во-первых, они не носят специального характера, а описание национальных особенностей общения - обычно лишь незначительная часть таких работ. Во-вторых, авторы подобных работ описывают преимущественно экзотические, необычные, резко бросающиеся в глаза особенности общения других народов, большинство же менее ярких особенностей остается в тени. И в-третьих, все такие описания несистемны, фрагментарны.

Системный подход к описанию общения предполагает использова-

ние определенных методов и приемов описания, а также разработку некоторой единой модели системного описания общения разных народов, что позволило бы по единым основаниям осуществить описание и сравнение разных коммуникативных культур.

Понятие коммуникативного поведения в общем виде было рассмотрено в гл.1, с.48-49, здесь приведем определения основных терминов, используемых при описании коммуникативного поведения.

Под *коммуникативным поведением* понимается совокупность реализуемых в коммуникации правил и традиций общения той или иной лингвокультурной общности.

Коммуникативные нормы – коммуникативные правила, обязательные для выполнения в данной лингвокультурной общности (знакомо надо приветствовать, за услугу благодарить и т.д.)

Коммуникативные традиции – правила, не обязательные для выполнения, но соблюдаемые большинством народа и рассматриваемые в обществе как желательные для выполнения (спросить старика о здоровье, поинтересоваться успеваемостью школьника, предложить помощь женщине и др.).

Лингвокультурная общность - народ, объединенный языком и культурой; это единство народа, его языка и культуры.

Коммуникативная культура – коммуникативное поведение народа как компонент его национальной культуры; фрагмент национальной культуры, отвечающий за коммуникативное поведение нации.

Стандартная коммуникативная ситуация – типовая, повторяющаяся ситуация общения, характеризующаяся использованием стандартных речевых средств (знакомство, приветствие, прощание, соболезнование, извинение, благодарность и др.).

Коммуникативная сфера – область действительности, в которой коммуникативное поведение человека имеет относительно стандартизованные формы (общение с незнакомым, общение с коллегами, общение в школе и вузе, общение в транспорте, поликлинике, ресторане и кафе и т.д.) . Это в широком смысле коммуникативная ситуация.

Социальный символизм (“язык повседневного поведения” – Н.И.Формановская, “Речевой этикет и культура речи”, М., 1989, с.123) – совокупность смыслов (символических значений), приписываемых действиям, поступкам, явлениям и предметам окружающей действительности той или иной лингвокультурной, социальной, возрастной, гендерной и т.д. общностью.

Инокультурные информанты – принадлежащие к иной коммуникативной культуре, нежели исследуемая, но знакомые с исследуемой культурой в той или иной форме и способные высказать о ней сужде-

ние.

Гетерокультурные информанты – принадлежащие к исследуемой коммуникативной культуре.

Коммуникативное действие – единица описания коммуникативного поведения, отдельное типовое высказывание, речевой акт, невербальный сигнал, комбинация вербального и невербального сигналов и т.д. в рамках того или иного коммуникативного параметра.

Параметр коммуникативного поведения – совокупность однородных, однотипных коммуникативных признаков, характеризующих коммуникативное поведение народа.

Коммуникативный факт – отдельная конкретная особенность коммуникативного поведения народа, выделяющаяся в рамках определенного коммуникативного параметра, некоторое коммуникативное правило, действующее в коммуникативной культуре (например, “знакомых надо приветствовать”).

Коммуникативный признак – отдельная черта коммуникативного поведения (коммуникативное действие или коммуникативный факт), выделяющаяся как релевантная для описания условиях сопоставления коммуникативных культур.

Коммуникативный фактор – совокупность сходных коммуникативных параметров, наиболее обобщенная единица описания коммуникативного поведения.

Коммуникативные обстоятельства - совокупность признаков коммуникативной ситуации, влияющих на коммуникативное поведение участников общения (дома или на улице, при свидетелях или без, стоя, сидя или на ходу и т.д).

Активные (продуктивные) коммуникативные действия – предпринимаемые по инициативе говорящего.

Реактивные коммуникативные действия – предпринимаемые в качестве ответной реакции на коммуникативные действия собеседника.

Аспект коммуникативного поведения – совокупность однородных коммуникативных параметров (вербальный, невербальный, продуктивный, рецептивный аспекты)

Продуктивное коммуникативное поведение - вербальные и невербальные действия коммуникатора в рамках национальных норм и традиций общения.

Рецептивное коммуникативное поведение - адекватное понимание и интерпретация вербальных и невербальных действий собеседника, принадлежащего к определенной лингвокультурной общности.

Нормативное коммуникативное поведение - принятое в данной лингвокультурной общности и соблюдаемое в стандартных коммуни-

кативных ситуациях большей частью языкового коллектива.

Ненормативное коммуникативное поведение - нарушающие принятые нормы.

Коммуникативные табу /жесткие и мягкие/ - коммуникативная традиция избегать определенных языковых выражений или затрагивания определенных тем общения в тех или иных коммуникативных ситуациях; соответственно табу будут речевыми (при женщинах не использовать нецензурных слов) и тематическими (секс при детях не обсуждать).

Жесткие табу описываются предикатом *нельзя*, нежесткие – *не принято, не рекомендуется, лучше не надо*. Нарушение жесткого императива может потребовать объяснения (почему не поздоровался?), влечет определенные общественные санкции.

Коммуникативные императивы /жесткие – со знакомыми надо здороваться и мягкие – надо спросить ребенка, как учится, сделать хозяйке комплимент по поводу приготовленных блюд/ - коммуникативное действие, необходимое в силу принятых норм и традиций в конкретной ситуации общения.

Жесткие описываются предикатом *принято*, нежесткие – *обычно принято* .

Существуют тематические императивы – темы, которые надо затронуть (со стариком о здоровье, со школьником - об учебе).

Коммуникативные допущения – коммуникативные факты, признаки или действия, недопустимые в одной коммуникативной культуре, но возможные (хотя и не обязательные) в другой.

Коммуникативное поведение характеризуется определенными нормами, которые позволяют охарактеризовать конкретное коммуникативное поведение как нормативное или ненормативное.

О нормах коммуникативного поведения можно говорить в трех аспектах: общекультурные нормы, ситуативные нормы и индивидуальные нормы.

Общекультурные нормы языкового поведения характерны для всей лингвокультурной общности и в значительной степени отражают принятые правила этикета, вежливого общения. Они связаны с ситуациями самого общего плана, возникающими между людьми в целом вне зависимости от сферы общения, возраста, статуса, сферы деятельности. Это такие ситуации, как привлечение внимания, обращение, знакомство, приветствие, прощание, извинение, комплимент, разговор по телефону, письменное сообщение, поздравление, благодарность, пожелание, утешение, сочувствие, соболезнование. Это - стандартные ситуации. Общекультурные нормы общения национально специфич-

ны. Так, у немцев и американцев при приветствии обязательна улыбка, а у русских - нет. Благодарность за услугу обязательна у русских, но не нужна в китайском общении, если собеседник - ваш друг или родственник. При приветствии коллег у немцев принято рукопожатие, а у русских оно не обязательно и т.д.

Ситуативные нормы обнаруживаются в случаях, когда общение ограничено темой общения или составом общающихся. Такие ограничения могут быть различны по характеру. Так, ограничения по статусу общающихся позволяют говорить о двух разновидностях коммуникативного поведения - вертикальном /вышестоящий - нижестоящий/ и горизонтальном /равный - равный/.

В вертикальном коммуникативном поведении можно разграничить нисходящее /сверху вниз/ и восходящее /снизу вверх/. Граница между различными типами подвижна, она может нарушаться. Кроме того, здесь также наблюдается национальная специфика: так, общение мужчины и женщины в русской культурной традиции выступает как горизонтальное, а в мусульманской - как вертикальное; общение старшего с младшим у мусульман гораздо более вертикально, чем у русских и т.д.

Выделяются также возрастные нормы коммуникативного поведения - нормы детского, молодежного, взрослого, старческого общения /нормы мужского и женского, нормы профессионального коммуникативного поведения/. Все эти нормы ситуативны в том смысле, что они изменяются с изменением ситуации общения - переходя от профессионального общения к, скажем, бытовому вертикальному, коммуникатор сразу меняет свое коммуникативное поведение. Ср. изменение коммуникативного поведения слуги Ермолая в рассказе И.С.Тургенева "Ермолай и мельничиха": - Вы бы лучше барина разбудили, Ермолай Петрович: видите, картофель испекся. - А пусть дрыхнет, - равнодушно заметил мой верный слуга, - набегался, так и спит. Я заворочался на сене. Ермолай встал и подошел ко мне. - Картофель готов-с, извольте кушать.

Индивидуальные нормы коммуникативного поведения отражают индивидуальную культуру и коммуникативный опыт индивида, его индивидуальный характер и менталитет и представляют собой индивидуальное преломление общекультурных и ситуативных коммуникативных норм в языковой личности. Сюда входят также нарушения общих и групповых норм, характерные для данного индивида.

К коммуникативному поведению примыкает «значашее» бытовое поведение - совокупность предметно-бытовых действий людей, получающих в данном обществе, в данной лингвокультурной общности

смысловую интерпретацию и тем самым включающихся в общий коммуникативный процесс и влияющих на поведение и общение людей. Это своеобразный *социальный символизм*. Так, убирание немецкой хозяйкой вина, принесенного гостями в качестве подарка, рассматривается русскими как проявление жадности, скупости; в немецкой же культуре вино в таком случае рассматривается как сувенир. Таким образом, один и тот же факт «значашего» бытового поведения получает разную коммуникативную интерпретацию в разных культурах.

Коммуникативное поведение может быть описано на уровне народа (национальное коммуникативное поведение), а также на уровне группы (мужское, женское, учительское, военное, детское, взрослое, старческое, начальника, подчиненного и т.д. коммуникативное поведение), а также на уровне отдельного индивида (коммуникативное поведение отдельной личности).

2. Менталитет, национальный характер, коммуникативное поведение и национальное коммуникативное сознание

Влияние национальной специфики менталитета той или иной лингвокультурной общности на процессы и результаты межкультурного общения нельзя ни преувеличивать, ни приуменьшать.

Понятие *менталитет* в настоящее время стало широко употребительным, но оно до сих пор не может считаться достаточно четко определенным. Существуют самые различные, весьма противоречивые определения этого понятия, причем в словарях и справочниках они стали появляться фактически только в середине 90-х гг. Под менталитетом понимают образ мыслей, психологический склад ума, особенности мышления и мн. др. Слово стало модным, и употребляют его подчас именно для моды, вне строго определения. Ср. фразу из книги П.С.Таранова «Методы стопроцентной победы: «Бумага» заменяет, замещает и подменяет человека... На этом менталитете можно сыграть» (с.17).

Необходимо признать, что сфера когнитивно-национального в настоящее время является предметом пристального внимания многих исследователей. Понятие менталитета, используемое при описании этой сферы, перекрещивается и смешивается прежде всего с таким понятием как национальный характер. Представляется необходимым определить содержание понятия *менталитет* и разграничить понятия *национальный менталитет* и *национальный характер*.

Прежде всего, представляется важным отметить, что менталитет - понятие, не только характеризующее нацию в целом: специфическим менталитетом обладают и различные социальные, возрастные, гендерные группы людей, и отдельная личность. В связи с этим менталитет можно определить как специфический способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов сознания, характерных для определенной личности или группы людей.

Менталитет конкретной личности обусловлен национальным, групповым менталитетом, а также факторами личного развития человека - его индивидуальным образованием, культурой, опытом восприятия и интерпретации явлений действительности. Это личные ментальные механизмы восприятия и понимания действительности.

Групповой менталитет - это особенности восприятия и понимания действительности определенными социальными, возрастными, профессиональными, гендерными и т.д. группами людей. Хорошо известно, что одни и те же факты действительности, одни и те же события могут быть по-разному восприняты в разных группах людей. Мужчины и женщины, дети и взрослые, гуманитарии и «технари», богатые и бедные, молодые и пожилые и т.д. весьма по-разному могут воспринимать и интерпретировать одни и те же факты.

Менталитет группы формируется в тесной связи с групповыми установками, действующими в группе механизмами апперцепции. Мы уже приводили пример того, что игроки проигравшей команды имеют тенденцию приписывать поражение влиянию объективных факторов /плохое поле, необъективное судейство и др./, в то время как наблюдатели склонны объяснять поражение субъективными факторами / не проявили воли, не старались, не хватало скорости и др./. Победители обычно успех приписывают собственным усилиям, а поражение - влиянию обстоятельств. Ср.: «у победы масса отцов, поражение всегда сирота».

Есть детская, мужская, женская «логика» и т.д.

Есть менталитет определенных психологических типов людей - ср., к примеру, менталитет оптимиста и пессимиста: первый говорит «еще полбутылки осталось», а пессимист говорит «уже полбутылки нет».

Можно сказать, что менталитет имеет «автоматизированный» характер, он действует практически без контроля сознания, и поэтому во многих случаях «необъективен» - если человек хочет быть объективным, он должен сознательно преодолевать «указания» своего менталитета, свои установки, свою апперцепцию. При этом надо преодолеть и личные, индивидуальные ментальные стереотипы, и групповые, и

национальные.

Национальный менталитет - это национальный способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов нации. Ср.: американец при виде разбогатевшего человека думает: «богатый - значит умный», русский же в этом случае обычно думает «богатый - значит вор». Понятие «новый» у американца воспринимается как «улучшенный, лучший», у русского - как «непроверенный».

Восприятие и понимание действительности - сходные, но не совпадающие вещи. Восприятие - первый этап и основное условие понимания. Разный национальный менталитет может воспринимать по-разному одни и те же предметные ситуации. Национальный менталитет нередко как бы заставляет органы восприятия человека видеть одно и не замечать другое. Русский менталитет, к примеру, неизменно фиксирует покорность азиатских женщин и не замечает повышенной активности собственных, в то время как азиаты прежде всего фиксируют активность и даже агрессивность русских женщин, не замечая покорности и пассивности собственных.

Понимание воспринятого также обуславливается менталитетом. К примеру, карикатуру в китайской газете - девушка и юноша целуются на скамейке - европейский менталитет трактует как изображение распущенности молодых людей, а китайский - как критику недостатка жилплощади для китайцев.

Японские фильмы периода второй мировой войны, захваченные американцами, очень отличались от батальных лент Голливуда, где изображались победы американской армии - в японских фильмах изображалась в основном гибель людей, страдания солдат, плач матерей при получении похоронок. С точки зрения европейского восприятия, это были фильмы об ужасах войны, а вовсе не милитаристские ленты, призванные повысить боевой дух японской армии и народа. Но японский менталитет воспринимал их по другой ментальной схеме, непонятной европейцам: «Вот видите, в каких условиях японский солдат продолжает выполнять свой долг».

Небольшое опоздание к назначенному сроку в гости русские считают проявлением уважения к хозяевам, а немцы - неуважением. Русские учащиеся понимают повторное объяснение учителем того же самого материала как стремление добиться лучшего понимания ими этого материала, как стремление помочь ученику, а финны нередко думают про такого учителя: «Он нас за идиотов считает».

Все сказанное является отражением установок «стереотипов» национального менталитета.

Национальный характер – это совокупность эмоционально-психических качеств нации, определяющих поведение ее членов в стандартных ситуациях. Отличие национального *менталитета* от национальной *психологии* заключается в следующем: менталитет связан преимущественно с логической, концептуальной, когнитивной деятельностью сознания, а национальный характер – с эмоционально-психическим, поведенческим, деятельностным складом этноса.

Национальный характер формируется на базе национального менталитета, хотя в процессе развития общества они, несомненно, взаимно влияют друг на друга. Национальный характер обнаруживается в том, что люди одной национально-культурной общности имеют тенденцию *вести себя в сходных ситуациях сходным образом* (менталитет заставляет людей *думать сходным образом*).

Поведение, определяемое национальным характером, вовсе не обязательно на 100% одинаково для всех представителей данной нации – субъективные и объективные факторы, определяющие формирование конкретной личности, могут существенно повлиять на особенности ее поведения – возможно и «не-национальное» и даже «анти-национальное поведение» отдельных национальных личностей.

К примеру, такие черты русского человека как *пассионарность*, эмоциональность, отходчивость, умение прощать, быстрое забвение нанесенной обиды, созерцательность, импульсивность и др. – скорее черты характера, но не менталитета. Такие же черты русского сознания как *соборность*, бескорыстие, гостеприимство, любовь к большому пространству и дикой природе, нелюбовь к «среднему», законобрежение, принцип «авось», доброта к окружающим и мн. др. – это скорее ментальные черты, чем черты национального характера.

Национальное поведение народа в самых разных аспектах – это проявление менталитета и национальной психологии в поведении народа в стандартных ситуациях. Естественно, поведение всегда опосредовано как логической, так и эмоциональной сферой человека, так что предложенное выше разграничение в значительной степени условно, но во многих случаях оно оказывается необходимым.

В целом национальный характер в большинстве случаев может быть выведен из ментальных черт, присущих народу. Для описания национального коммуникативного поведения разграничение влияния менталитета и характера нерелевантно, поскольку коммуникативное поведение народа (как и его социальное и даже чисто физическое поведение) в равной мере обусловлены как чертами менталитета, так и качествами национального характера.

Коммуникативное сознание (мышление) народа представляет собой часть его мышления, обеспечивающую в полном объеме коммуникативную членов данного этноса.

Термины *сознание* и *мышление* применительно к исследуемому феномену мы не разграничиваем, употребляя их как синонимы, отмечая, тем не менее, что термин *сознание* акцентирует статический аспект явления, а термин *мышление* – динамический. Сознание – это свойство мозга, мышление – это деятельность мозга, наделенного сознанием (то есть мыслительная деятельность).

Изучение коммуникативного сознания, в частности, предполагает:

1. Изучение механизмов, регулирующих и обеспечивающих порождение и восприятия речи.

2. Выявление и изучение категорий коммуникативного мышления, их содержание, социальной, возрастной, гендерной и национальной специфики.

Под *коммуникативными категориями* предлагается понимать наиболее общие понятия, упорядочивающие знания человека об общении и нормах его осуществления; в качестве таких категорий могут быть выделены по крайней мере такие как вежливость, контактность, толерантность, коммуникативный идеал, коммуникативная ответственность (контроль), коммуникативная неприкосновенность, общение, грамотность, спор, культурная речь (культура речи), эмоциональность, искренность, молчание, родной язык, объем общения, родной язык, иностранный язык, вербальная агрессия, деловое общение, официальное общение, неофициальное общение, коммуникативная серьезность, коммуникативное давление, светское общение, приватность, политическая корректность, хорошая речь, плохая речь и др.;

3. Изучение коммуникативных концептов сознания, их содержания, социальной, возрастной, гендерной и национальной специфики, роли в мышлении и коммуникативном поведении народа.

Коммуникативные концепты – это коммуникативные понятия (более низкие по уровню абстракции, чем коммуникативные категории), которые существуют в коммуникативном мышлении человека, определяют его коммуникативную деятельность и обобщаются определенными коммуникативными категориями (например, *сохранение лица собеседника, коммуникативная приветливость, язык, слушание, брань, конфликт, языковой паспорт собеседника, ораторская речь, речь начальника, дружеское общение, общение в коллективе, замечание, совет, поздравление, запрещение, мужское и женское общение* и др.

4. Выявление ментальных коммуникативных установок, обуславливающих коммуникативное поведение социальной, профессиональ-

ной, возрастной группы или нации в целом в стандартных коммуникативных ситуациях и коммуникативных сферах.

Выявление таких коммуникативных установок возможно через изучение и описание коммуникативного поведения. Примерами таких установок являются, к примеру, многие коммуникативные стереотипы, зафиксированные в поговорках и пословицах (яйца курицу не учат, смех без причины – признак дурачины, коротко и ясно, брань на ворота не виснет и т.д.), а также многочисленные установки и стереотипы, фиксируемые только в процессе непосредственного анализа коммуникативного поведения народа (через порог не разговаривают, до собеседника можно дотрагиваться, слабое рукопожатие - признак нерешительности, чем ближе к собеседнику, тем эффективнее речевое воздействие на него и т.д.).

Наблюдается значительная национальная специфика коммуникативного сознания различных социальных групп и народа в целом.

Для русского коммуникативного сознания приоритетна категория «общение», которое рассматривается как приоритетная форма проведения времени в обществе, важнейшая средство формирования добрых отношений между людьми. В западных коммуникативных культурах эта категория не представлена в сознании народа столь ярко и императивно.

Вместе с тем, в русском коммуникативном мышлении слабо выражена категория коммуникативной ответственности: русское сознание слабо ориентирует носителя русского языка на контроль за соблюдением коммуникативных и речевых норм, на внимание к собственной правильной и культурной речи (опрос 500 воронежцев по телефону, проведенный Е.В.Масловой, показал, что только сорока процентам носителям русского языка приятно, когда говорят культурно – для других это несущественно; только 32 процента опрошенных ответили, что всегда стараются соблюдать речевые нормы, причем две трети из них оказались женщинами). Для английского сознания речь выступает как важнейший показатель социального статуса, поэтому контроль за ней исключительно важен.

Категория толерантности практически не представлена в русском коммуникативном сознании, категория вежливости представлена дихотомией, основным маркированным элементом которой является *грубость, некультурность* (вежливость понимается преимущественно как отсутствие грубости, некультурности), коммуникативный идеал основан преимущественно на понятии "внимательный слушатель", а не на понятии об этикетной речи или высоких коммуникативных качествах речи.

Категория коммуникативной неприкосновенности выражена слабо, русское коммуникативное мышление допускает в широких пределах вторжение в коммуникативное пространство другой личности – и в физическом смысле (дистанция, прикосновение, физический контакт), и в тематическом плане (в русском общении даже между малознакомыми людьми могут быть затронуты глубоко личные вопросы). В западном коммуникативном сознании категория коммуникативной неприкосновенности имеет первостепенное значение и обуславливает многочисленные ограничения в различных коммуникативных ситуациях.

Категория *грамотность* не относится к разряду ярких и приоритетных в сознании русского человека, категория *спор* содержит нередко положительно-оценочный знак, у финнов же, к примеру, любой спор фактически воспринимается почти как скандал или оскорбление.

Категория *родной язык* в русском сознании не предполагает яркого положительно-оценочного отношения к своему родному языку. Нет традиции положительно оценивать людей за хорошее владение своим родным языком, нет установки на совершенствование знаний в области родного языка в течение всей жизни, существует «простительное», добродушно-ироническое отношение к своей языковой безграмотности.

В русском языковом сознании проявляется массовое нежелание носителей языка прилагать усилия для того, чтобы узнать, как правильно произносится то или иное слово, нежелание пользоваться словарями, прилагать усилия для совершенствования полученных в школе языковых знаний. Существует определенная установка массового сознания на неизменность речевой культуры человека от рождения – «Мы всегда так говорили, так и будем говорить», установка на невозможность коррекции знаний в области родного языка в зрелом возрасте («поздно нас переучивать уже»).

Категория же *иностраннный язык* в русском коммуникативном сознании представлена исключительно позитивно – иностраннный язык надо знать, надо прилагать усилия для его изучения, изучение иностранного языка оправдывает все затраты, иностраннный язык нужен для жизни, знание иностранного языка полезно, высоко оцениваются люди, владеющие иностранными языками.

В целом для западного и прежде всего англосаксонского коммуникативного мышления гораздо более ярко выражены категории коммуникативной ответственности и коммуникативной неприкосновенности, есть сформированная категория толерантности, а категория вежливости и коммуникативного идеала основаны на концепте приватность

(privacy) – "неприкосновенность личности". Категория *спор* имеет преимущественно неодобительно-оценочный характер, категория *родной язык* включает положительное отношение к высокому уровню владения своим родным языком, а категория *иностраный язык*, наоборот, выражена слабо и не имеет таких положительных коннотаций, как в русском коммуникативном мышлении. Категории *грамотность*, *языковой паспорт* обладают большой яркостью. Категория *коммуникативной серьезности* в американском коммуникативном сознании представлена полной допустимостью и даже необходимостью шутки практически в любом виде коммуникации, особенно в повседневном диалоге, в отличие от русского общения, в котором юмор имеет достаточно четкие рамки допустимости в тех или иных коммуникативных ситуациях.

Есть и безэквивалентные коммуникативные категории для той или иной коммуникативной культуры: категория *общение* в полном «русском» объеме не представлена в западных культурах; только в японской культуре есть уже упоминавшаяся выше категория «саби» – «уединенное молчание на природе, сопровождаемое слушанием отдельного звука», американская коммуникативная культура ввела категорию «политическая корректность», не для всех культур характерна категория *толерантности*, как и категория *приватности*.

Специфика коммуникативного мышления народа (как впрочем и любой группы, а также отдельной личности) выявляется не только на уровне коммуникативных категорий, но и на уровне отдельных коммуникативных концептов.

Отметим, что при изучении национального коммуникативного сознания анализ коммуникативных категорий и концептов может проводиться на двух уровнях – содержательном и бытийном. Содержательный анализ предполагает выявление структуры концепта как элемента концептосферы, его связей с другими концептами в сознании человека. Бытийный анализ предполагает изучение отношения национального сознания к концепту и реальной роли концепта в обусловленном данным концептом поведении людей. Концепт может содержательно, рефлексивно присутствовать в национальной концептосфере, но народ может в массовом масштабе не руководствоваться им в практическом поведении. Например, концепты *свобода* и *демократия* есть в русском сознании, но эти концепты практически не обуславливают поведение народа в духе свободы и демократии на бытовом уровне.

«Мостик» между содержанием концепта и его бытийным воплощением в реальном поведении людей – интерпретационное поле концепта, содержащее поведенческие установки, выводимые сознанием из

содержания концепта. Данное поле у многих концептов включает противоречивые установки, в соответствии с которыми отдельные личности и строят свое поведение, черпая в качестве руководства к действию те или иные установки в соответствии со своими потребностями, целями, личной культурой.

Ср. установки интерпретационного поля концепта *брань* в русском языке, представленные в русских пословицах:

с одной стороны - *шумом праву не быть, бранью праву не быть, худое слово доведет до дела злого, недоброе слово что огонь жжет, в спорах да вздорах пути не бывает, кто ругается, у того лошадь спотыкается, бранить - себя тешить, глоткой не много навоюешь, горлом не возьмешь, бранью не выпросишь;*

с другой стороны - *брань на вороту не виснет, брань не дым, глаза нее ест, брань очей не выест, брань в боку не болит, брань не киснет, ветер носит, брань не запас, а без нее ни на час, не выругавшись, дело не сделаешь, не обругавшись, и замка в клети не откроешь, поругаться - душу отвести, подраться - сердце встряхнуть.*

Существенно различается коммуникативное сознание людей различного возраста, пола, социального положения, различных профессиональных групп, что также требует изучения.

Коммуникативное поведение народа определяется его коммуникативным сознанием, национальным менталитетом и национальным характером.

Существует также групповое и индивидуальное (личностное) коммуникативное поведение, которое определяется соответственно групповым или индивидуальным менталитетом, коммуникативным сознанием и характером. В общении коммуникативное поведение личности обусловлено как национальными, так и групповыми, а также личностными факторами.

3. Национальные особенности общения народов мира

Общение в любой конкретной ситуации опосредовано многими факторами – ситуацией, социальными и личностными отношениями между общающимися, степенью официальности ситуации, временем и местом общения и многими другими факторами. Однако можно выделить *доминантные* особенности коммуникативного поведения народа, то есть такие особенности общения, которые проявляются у представителей данного народа во всех или в большинстве коммуникативных ситуаций, то есть в идеале - вне зависимости от конкретной ситуации общения, тематики общения, состава коммуникантов и т.д.

В доминантных особенностях коммуникативного поведения проявляются наиболее яркие национальные черты общения того или иного народа.

Приведем некоторые наблюдения над доминантными особенностями общения некоторых народов.

Для английского общения характерны такие доминантные особенности, как низкий уровень громкости; немногословие; высокий уровень самоконтроля в общении; эмоциональная сдержанность; высокий уровень бытовой вежливости; некатегоричность общения (англичане не любят высказываться определенно, не любят говорить четко "да" и "нет"); антиконфликтная ориентация общения (стараятся тщательно избегать высказываний, могущих вызвать несогласие, спор или конфликт); высокий уровень тематической табуированности общения, жесткая тематическая регламентация общения в большинстве ситуаций; очень высокий уровень фатического (светского) общения, значительная доля фатического общения в структуре коммуникации, большая роль письменного общения и др..

Немецкое коммуникативное поведение ближе к английскому, чем к русскому, но есть и ряд специфических особенностей. Немцы в целом улыбчивы, приветливы; в общении демонстрируют высокий уровень бытовой вежливости; в коммуникации сдержанны, малолюбопытны, мало задают вопросов, не вступают в разговор с незнакомыми людьми в транспорте, на улице; существенна доля поверхностного, этикетного общения, особенно в гостях; в общественных местах в компании ведут себя очень шумно. Можно отметить и такую черту как анонимность: не принято вмешиваться в дела других, замечания незнакомым предпочитают делать в письменной форме, не очень принято обращаться с просьбами к незнакомым; можно также указать на длительное подробное планирование, которое занимает значительное место в немецком общении. В общении немцы нередко проявляют малоинформированность, отвечают «не знаю» на многие вопросы, не относящиеся непосредственно к их занятиям. Тематическая табуированность в немецком общении ниже, чем в английском, но выше, чем в русском.

К доминирующим чертам американского коммуникативного поведения относятся общительность, открытость, коммуникативный демократизм, выраженная коммуникативная приветливость, доброжелательность, жизнерадостность, контактность, шумность, агрессивная самопрезентация, деловитость общения, правдивость в общении, терпимость, стремление к достижению компромисса, малолюбопытность в общении, тематическая ограниченность общения, малоинформиро-

ванность, важность устного общения, устных договоренностей, ситуативность эмоционального поведения, любовь к обсуждению своих успехов, достижений, большая роль юмора в повседневном общении, шумность в компании, на отдыхе, большая дистанция общения.

Основные доминирующие черты французского коммуникативного поведения таковы: внешняя приветливость, улыбочивость, демонстративная жизнерадостность; высокий уровень самоконтроля в общении, поддержание приветливости на протяжении всей беседы; высокий уровень бытовой вежливости; длительность общения в компании; любовь к застольному общению и застольным спорам; дискуссионность как приоритет в общении; быстрота развертывания диалога, отсутствие стремления уточнять и детализировать мысль; уклонение от общения с социальными низами; стремление избежать просьб к незнакомым и замечаний в их адрес; преобладание крайних оценок в общении; значительный объем контактных реплик в структуре диалога (да что вы, не может быть и т.д.); преобладание галантности над вежливостью; называние вещей своими именами; допустимость в общении намеков на вопросы личной жизни; стремление блеснуть в разговоре (молчаливый обрекает себя на социальную смерть); высокая непринужденность устного общения; важная роль шутки, остроумия в разговоре; значительный объем скептицизма в обсуждении каких-либо проблем; смягченное выражение просьбы и отказа; незначительный объем общения на работе; обязательность этикетного общения с соседями и знакомыми, включающее обсуждение подробностей жизни; недопустимость физического прикосновения к собеседнику в общественном месте и др.

Из доминантных черт испанского общения отметим: приветливость, умеренная общительность, возможность вступления в разговор с незнакомым для защиты своих прав, искренность, высокий уровень этикетности общения, любовь к коллективному общению, любовь к спорам, доминантность в общении, нетерпеливость в высказывании своей точки зрения, тематическая широта общения, незначительный объем тематических табу, оценочность диалога, миролюбивость в условиях расхождения во мнениях и др.

Однако наиболее заметные различия в коммуникативном поведении народа проявляются в конкретных стандартных коммуникативных ситуациях (ситуациях речевого этикета типа приветствие, прощание, извинение, благодарность и др.) и при общении в рамках той или иной коммуникативной сферы – более широкой ситуации (общение с мужчинами, женщинами, знакомыми, незнакомыми, в магазине, в педагогическом процессе, в семье и т.д.). Описание таких ситуаций и сфер

дает массу материала, отражающего национальную специфику общения.

Существенно различается речевой этикет разных народов. Различна роль улыбки, рукопожатия, объятий и поцелуев при встрече, приветствии и прощании, причем эти различия нередко оказываются весьма значительными. В лифте у бельгийцев принято разговаривать с попутчиками, у русских и немцев - нет.

Большие различия наблюдаются в тематике общения в гостях и на работе. Для русского человека здесь представляется уникальная возможность говорить обо всем, что его интересует - черта, отсутствующая у большинства народов мира.

По-разному смотрят в разных лингвокультурных общностях на возможность спора с собеседниками. В большинстве культур споры не поощряются, однако русские и французы представляют здесь исключение.

Большие различия обнаруживаются в вертикальном общении (с начальством), официальном общении, общении с детьми. Существенно различается в разных культурах общение учителя с учениками, преподавателя со студентами. Если русский студент отвечает преподавателю тихо, то преподаватель не без оснований полагает, что студент просто не знает вопрос; если же тихо говорит студент-африканец, то это вполне может означать просто демонстрацию вежливости и уважения к преподавателю: чем тише говоришь, тем уважительнее это звучит (с точки зрения африканца).

В большинстве стран Запада и Востока неэтикетным считается любое обращение к незнакомому лицу, не связанное с просьбой об оказании помощи. Не принято заговаривать с попутчиками в Англии, Франции, Германии, Китае. Тем более неэтикетным является любое требование, замечание в адрес незнакомца, и даже просьба личного характера. В Европе не принято никого просить закомпостировать абонемент в транспорте, незнакомых не просят передать деньги за что-нибудь и вообще о каких-либо личных одолжениях.

Русский этикет позволяет спрашивать закурить у незнакомых - это исключено в Европе, Афганистане и многих других странах.

У многих народов есть ограничения на общение женщин в присутствии мужчин, младших в присутствии старших и т. д.

Немцы в лифте здороваются и прощаются со своими попутчиками, здороваются с незнакомыми людьми в своем доме. Приветствуя друг друга, немцы обязательно улыбаются - это условие вежливого приветствия. Немцы стучат по столу в знак одобрения, топают ногами в знак сильного одобрения, сильно и много жмут руку, много улыбаются и

извиняются. У русских не принято сообщать вслух об испытываемом расстройстве желудка или о своем желании отправиться в туалет, у немцев же в компании это вполне можно услышать. У немцев принято здороваясь, улыбаться, это признак вежливости, как и у американцев. У русских это не обязательно и скорее не принято.

У немцев не принято просить передать закомпостировать абонемент в транспорте - каждый должен это делать сам, не принято подходить близко к собеседнику, касаться его, дотрагиваться.

При прощании в русском речевом этикете принято поблагодарить хозяев за проведенное время; в немецком речевом этикете прямое выражение благодарности не принято, и немцы, как уже указывалось, нередко удивляются, когда русские, уходя из гостей, говорят «Спасибо!». «За что?» - спрашивают немцы.

У немцев есть специальное телефонное прощание, отличающееся, от прощания в устной речи: если в устной речи говорят буквально «до повторного свидания», то по телефону – «до повторного услышания».

Немцы допускают шумное общение на улице, если они общаются в группе «своих». Китайцы гораздо менее разговорчивы на улицах, чем русские, не принято на улице шутить, смеяться.

В немецком общении допустим вопрос о нахождении туалета, обращенный к лицу противоположного пола.

Японцы все время улыбаются, кланяются, обязательно перебивают друг друга в процессе общения специальными языковыми средствами, призванными продемонстрировать внимание. Вопрос «Вы выходите на следующей?» не воспринимают как просьбу пропустить, а рассматривают как вмешательство в их личные дела, возможен ответ «А вам какое дело?» Они могут переодеваться прямо при гостях – считается, что до обмена приветствиями люди друг друга не видят. У японцев не принято обращаться с бытовыми просьбами к своим коллегам по работе. Приглашая уважаемого человека в гости, хороший тон - называть его и жену самыми превосходными словами, а себя называть пренебрежительно (“мое недостойное жилище”, “мои дети - поросята” т. д.).

Японский речевой этикет предписывает, как и английский, негромкость речи и немногословие как способы демонстрации вежливости в отношении к собеседнику. Вместе с тем, японцы не будут, подобно англичанам, делать вам комплимент по поводу вашего знания японского языка; если же они вас похвалили, значит вы действительно это заслужили. Признаком вежливости к собеседнику в Японии неизменно является немногословие, европейское же многословие в диалоге японцы расценивают весьма пренебрежительно. В. В. Богданов при-

водит суждение японского предпринимателя о европейцах: «Некоторые люди выражают себя таким образом, что кажется, если друг друга не забросают словами с ног до головы, не успокоятся» (Богданов, с. 11).

Ярким сигналом вежливости к собеседнику в японском общении является улыбка. Демонстрация вежливости - основная ее функция. По мнению В. В. Богданова, «Япония—общество с максимальной ритуализацией общения (вежливости)» (Богданов, с.13). Именно демонстрация вежливости по отношению к самым различным категориям людей, причем вежливости, дифференцированной по категориям адресатов, самая характерная черта японского речевого этикета.

«Японская вежливость - это отнюдь не верность определенным нравственным принципам уважения к окружающим. Это нормы подобающего поведения, выдрессированные в народе острием меча. Если на Западе вежливость в значительной степени выросла на религиозной почве, отталкиваясь от понятия греха, то в Японии она сложилась на основе феодального этикета, нарушение которого считалось тягчайшим преступлением. Черты этой древней дисциплины доньше видны в поведении японцев. Отношения по вертикали - между повелителем и подданными, между отцом и сыном, между старшим, и младшим - были четко определены, и мельчайшие детали их общеизвестны. Однако японская мораль почти не касалась того, как должен вести себя человек по отношению к людям незнакомым, что на Западе считается одной из основ подобающего поведения.

Японская вежливость - это, если можно так выразиться, вежливость не по горизонтали (человек - общество), а по вертикали. Она как бы предписывает устава, который обязывает солдата отдавать честь офицеру, но вовсе не каждому встречному» (В. Овчинников, 1975, с. 89).

Японец, приветствуя знакомого, должен сказать что-нибудь о погоде, причем собеседник должен ответить на реплику о погоде, типа: «Здравствуйте, Есихира-сан! Сегодня похолодало, кажется?» - «Здравствуйте, Юки-сан! Да, видимо в горах выпал снег!» Или: «Сегодня, кажется, потеплей чем вчера?» - «Да, видимо, в горах начались пожары!».

Японцы кланяются при приветствии, используя несколько видов поклонов, в зависимости от степени уважения, которую они хотят продемонстрировать собеседнику. «Зрелище это, - пишет В. Овчинников, - поистине незабываемое. Заметив знакомого, японец считает долгом прежде всего замереть на месте, даже если дело происходит на середине улицы и прямо на него движется трамвай. Затем он как бы переламывается в поясице, так что ладони его вытянутых рук сколь-

зят вниз по коленям, и, застыв на несколько секунд в согбенном положении, осторожно поднимает вверх одни лишь глаза. Выпрямляться первым невежливо, и кланяющимся приходится зорко следить друг за другом, Со стороны же эта сцена производит впечатление, что обоих хватил прострел и они не в силах разогнуться. Токийские газеты подсчитали, что каждый служащий ежедневно отвешивает таких официальных поклонов в среднем 36, агент торговой фирмы - 123, девушка у эскалатора в универмаге - 2560. ...Но еще больше поражает приезжего поклон, которым встречает его хозяйка японского дома или гостиницы. Женщина опускается на колени, кладет руки на пол перед собой и затем прижимается к ним лбом, то есть буквально простирается ниц перед гостем» (В. Овчинников, 1975, с. 12, 86).

Современные японцы - среднее и младшее поколение - реже уже используют глубокие поклоны, но ритуал поклона и зависимость его глубины от степени выражаемой вежливости остается неизблемым.

У японцев принято подробно расспросить нового знакомого обо всем, получить о нем как можно больше сведений и обменяться с ним визитными карточками.

В Японии не принято обращаться к коллегам за какой-либо помощью, просить их о каких-либо одолжениях (см. выше, с.144).

Англичане много говорят о погоде, большое значение играет светское общение – так называемый *small talk*. У англичан нельзя спорить в гостях, и вообще категорично что-либо утверждать. Как писал В. Овчинников, если англичанин говорит: “Я боюсь, что у меня дома нет телефона”, он сознательно ограничивает свое высказывание рамками собственного опыта: а вдруг в его отсутствие телефон откуда-нибудь взялся? У англичан и немцев принято в гостях обсуждать только общие проблемы, вести светскую беседу.

Англичанину, как и американцу, и любому человеку с Запада ни в коем случае нельзя задавать традиционный русский вопрос: “Сколько вы получаете?” Это тайна и спросить об этом, значит проявить крайнюю бестактность.

Важной чертой вежливого английского общения является негромкость речи. Из вежливости англичанин как бы разговаривает сам с собой, а не с собеседником. Немногословие также считается важным условием коммуникативной вежливости в английском речевом этикете.

Если англичанин говорит вам, что вы хорошо говорите по-английски (а любой воспитанный англичанин вам это обязательно скажет), помните, что это демонстрация вежливости к собеседнику, а

вовсе не объективная оценка вашего уровня владения иностранным языком.

При знакомстве в английском речевом этикете большую роль, играет процедура представления: вас должен кто-то представить новому знакомому, познакомить вас. В прошлые времена у англичан было не принято разговаривать с людьми, отвечать на вопросы тех, кто не был им представлен. Ср. известный анекдот: на необитаемом острове нашли трех англичан, каждый из которых провел там по 20 лет и выстроил себе дом в отдельном месте острова, но эти англичане друг с другом не разговаривали. На вопрос спасителей: -А почему вы не разговариваете друг с другом? - все трое ответили: «Но ведь нас никто друг другу не представил!» В современной Англии постепенно обязательность представления людей друг другу ослабевает, но важность ритуала представления при знакомстве все еще остается весьма высокой. В русском речевом этикете допускается самопредставление, и вообще процедура представления не играет существенной роли при знакомстве.

При знакомстве англичане сообщают мало информации о том, кого они представляют друг другу. В. Овчинников так описывает знакомство англичан: «Знакомя гостей, хозяева прежде всего представляют их друг другу просто по имени: «Это Питер, это Пол, а это его жена Мери». Если и добавляется какая-то характеристика, то чаще всего шутливого характера: «Вот наш сосед Джон, принципиальный противник мытья автомашины». Или: «Позвольте представить вам сэра Чарльза, который не живет в Лондоне, поскольку его ирландский терьер предпочитает свежий воздух» (Новый мир, 1979, М., № 4, с. 216). У англичан не принято подробно расспрашивать новых знакомых о чем-либо, этикетно, наоборот, проявить нелюбопытство.

Англичанин, посещавший в России баню, крайне удивлялся просьбам незнакомых мужчин потереть спину: это немыслимо в английской культуре. В Англии можно обратиться за помощью к незнакомому человеку на улице, он окажет эту помощь, проведит, поможет найти адрес и т. д., но при этом не будет вступать в какие-либо личные отношения, знакомиться и т. д.

При выражении извинения английский речевой этикет предполагает взаимное извинение как со стороны того, кто, например, нечаянно толкнул собеседника или незнакомца, так и со стороны того, кто пострадал: слово «извините» одновременно произносят оба участника события. В речевом этикете большинства стран это правило отсутствует: извиняется тот, кто причинил другому неудобство или допустил ошибку.

У англичан не принято собираться на улице в группы и вести оживленный разговор между собой - окружающие воспринимают это с неизменным осуждением, как нарушения правил приличий.

В ситуации поздравления русский человек делает упор на устное, личное поздравление, которое, хотя и может сопровождаться вручением текста, обычно предполагает его зачитывание. Для англичан очень важным является наличие именно письменного поздравления, благодарности, пожелания и т. д. Нередко англичанин, даже пожелав вам счастливого пути, еще вручает вам открытку, на которой написано: «Желаю вам счастливого пути». Это считается необходимым элементом демонстрации вежливости и уважения.

В Англии светское общение играет огромную роль во взаимоотношениях людей, и оно имеет довольно строгие этикетные правила, исключающие любую тематику и любые выражения, способные нарушить мирный ход разговора «ни о чем».

Вот как описывает английскую светскую беседу В. Овчинников: вы в гостях, и хозяева представляют вам некоего сэра Чарльза; сообщают о нем лишь то, что «он не живет в Лондоне, так как его ирландский терьер предпочитает свежий воздух». Что же происходит дальше? Тут, само собой, завязывается длительная беседа о последней собачьей выставке, о родословной призера, о новом виде консервированного корма для щенков, который начали рекламировать по телевидению, И, может быть, уловив, что чужеземца не так уж волнует собачья жизнь, сэр Чарльз из вежливости осведомляется, сохранилась ли еще в России псовая охота на зайцев и лисиц. Лишь недели три спустя, упомянув при новой встрече с хозяином, что «давешний седой собаковод на удивление хорошо знает Тургенева», с досадой узнаешь, что сэр Чарльз - известный писатель, побеседовать с которым о литературе было бы редкой удачей, ибо он почти не бывает в Лондоне.

- Что же вы не сказали мне об этом раньше! - упрекаешь своих знакомых. Но даже когда тебе в другой раз шепнут пару слов о собеседнике, результат бывает тот же самый. Директор банка в Сити уклонится от расспросов о невидимом экспорте и заведет речь о коллекции старинных барометров или об уходе за розами зимой. А телевизионный комментатор по проблемам рабочего движения проявит жгучий интерес к методам тренировки советских гимнастов. Несколько упрощая, можно сказать, что англичанин будет скорее всего разговаривать в гостях о своих увлечениях и забавах, искать точки соприкосновения с собеседником именно в подобной области и почти никогда не станет касаться того, что является главным делом его жизни, особенно если он на этом поприще чего-то достиг. Так что при знакомстве

нечего рассчитывать на серьезную беседу о том, что тебе в этом человеке прежде всего хотелось бы выяснить.

Англичанин придерживается правила «не быть личным», то есть не выставлять себя в разговоре, не вести речи о себе самом, о своих делах, профессии. Более того, считается дурным тоном неумеренно проявлять свою эрудицию и вообще безапелляционно утверждать что бы то ни было (если одни убеждены, что дважды два четыре, то у других может быть на сей счет другое мнение).

На гостя, который страстно отстаивает свою точку зрения за обеденным столом, в лучшем случае посмотрят как на чудака-эксцентрика, а в худшем—как. на человека, плохо воспитанного. В Англии возведена в культ легкая беседа, способствующая приятному расслаблению ума, а отнюдь не глубокомысленный диалог и тем более не столкновение противоположных взглядов. Так что расчеты блеснуть знаниями и юмором в словесном поединке и завладеть общим вниманием не сулят лавров. Каскады красноречия разбиваются об утес излюбленной, английской фразы: «Вряд ли это может служить подходящей темой для разговора». Остается лишь нервно звякать льдинками в бокале джина с тоником (завидуя тем, кто может солидно набивать или выколачивать трубку) и размышлять: как же все-таки проложить путь к сердцам собеседников сквозь льды глубокомысленного молчания и туманы легкомысленного обмена ритуальными, ни к чему не обязывающими фразами?» (Новый мир, 1979, №4, с. 216 -- 217).

Ср. также яркий пример английского светского общения, приводимый О. Орестовым (см. выше, с.15).

У *китайцев* не принято извиняться перед близкими друзьями и родными, извинения адресуются малознакомым и незнакомым. Аналогичное явление наблюдается и при выражении благодарности: китайцы родных и близких друзей обычно не благодарят. Если поблагодарить китайца за что-либо, что он для вас сделал, можно услышать: «К чему? Ведь мы же друзья».

Подарок, угощение, повышенное внимание к человеку могут в Китае выступать как заменители словесной благодарности, в то время как русский речевой этикет обязательно предполагает благодарность, выраженную словесно, и отсутствие словесного выражения благодарности рассматривается как очень грубое нарушение речевого этикета.

У русских не принято, знакомясь с человеком, спрашивать его возраст и фамилию, а у китайцев это обычный ритуал: “А сколько вам лет?”, “А как ваша драгоценная фамилия?”. Вопрос о возрасте для китайцев очень важен, так как чем старше собеседник, тем на больший почет и уважение он может рассчитывать.

Китайцы, как и многие деловые люди с Запада, приглашают коллег в ресторан для деловых переговоров и очень удивляются, что россияне стесняются: у русских ресторан - место отдыха, а не место заключения сделок.

Китайцы для демонстрации вежливости и уважения долго трясут руку собеседника, что вовсе не считается вежливым (а скорее - наоборот) в русском общении.

Улыбка у китайцев, как и у японцев, признак вежливого, уважительного отношения к собеседнику. Улыбаясь собеседнику, китайцы как бы осуществляют профилактику его хорошего настроения, вне зависимости от того, что они сообщают собеседнику. И. Эренбург писал о своих впечатлениях от общения с китайскими коллегами: «Один писатель сказал мне, что не мог встретиться со мной - его жена была тяжело больна, три дня назад она умерла; говоря это, он смеялся. У меня мурашки пошли по коже, потом я вспомнил, что Эми Сяо мне говорил: «Когда у нас рассказывают о печальном событии, то улыбаются - это значит, что тот, кто слушает, не должен огорчаться» (Эренбург, т. 9, с. 693). В русском речевом этикете улыбка при извещении о неприятности недопустима.

Демонстрацией уважения к собеседнику в китайском общении служит траектория приближения к нему: «Две недели спустя мы были на приеме в честь второй годовщины провозглашения Народной Республики. Нас выстроили в шеренгу и объявили: «Вы подойдете к Мао Цзедуну и поздравите его с праздником». В первой шеренге оказалась Люба. Выйдя в зал, она направилась к президиуму, где сидели члены правительства. Китайцы вовремя ее остановили - нужно было описать полукруг» (И. Эренбург. Сочинения. Т. 9, с. 693). Уважительно – подойти к человеку по дуге, по китайской мифологии черт идет напрямик (поэтому в китайских домах вход в дом загорожен ширмой, чтобы черт не мог проникнуть в жилище) .

Интересна и такая деталь: в Китае признаком уважения к гостю считается предложить ему сигарету; но если он не курит и отказывается, проявлением вежливости считается упорно настаивать, чтобы он закурил. В русском общении это считается невежливым.

Своеобразен речевой этикет приветствия у китайцев.

По европейским понятиям, у китайцев отсутствует ритуал приветствия близких знакомых, родственников, хороших друзей. Общепринятые приветствия при встрече адресуются только малознакомым или незнакомым; увидев же знакомого или родственника, китайцы произносят фразы типа «А, вы уже пришли», «А, вы читаете», «А, вы уже пообедали». В русском речевом этикете такие обращения расценива-

ются как невежливые, бесцеремонные. В русском речевом этикете поклон (без словесного сопровождения общепринятыми формулами приветствием не считается, в то время как китаец может приветствовать другого только молчаливым поклоном.

Обращаясь к незнакомому человеку, в Китае можно использовать наименование профессии человека - учитель, водитель, руководитель, профессор а также названия по родственным признакам - дедушка, бабушка, тетушка, дядюшка.

В китайском общении принято предложить проводить гостя до дома, а он должен отказаться.

Китайцы гораздо менее разговорчивы на улицах, чем русские, не принято на улице шутить, смеяться.

У китайцев, как и у европейцев, практически исключены любые замечания, советы в адрес незнакомых людей на улице, что допускается в русском коммуникативном поведении. Неэтикетным в русском общении является вопрос о нахождении туалета, обращенный к лицу противоположного пола, что допустимо в Китае (как и в Германии).

В китайском обществе женщину можно спросить, сколько ей лет, но нельзя допускать шутки на тему взаимоотношений между мужчинами и женщинами.

Круг причин, считающихся уважительными для отклонения приглашения в гости, у русских гораздо шире, чем у китайцев.

Корейцы из вежливости все время подчеркивают возраст собеседника, говорят фразы типа «в вашем возрасте надо сидеть» У корейцев обращенная к женщине фраза: “Садитесь, в вашем возрасте надо сидеть” является комплиментом и демонстрацией уважения к женщине, независимо от ее возраста

Арабы громко говорят со знакомыми и незнакомыми, близко подходят в разговоре, сильно жестикулируют вовремя разговора, что все не означает ссору: как писал Джеймс Олдридж, этот крик и шум может означать, что они решают, кто к кому пойдет обедать

В арабском мире ритуал словесного приветствия достаточно громоздок, причем длительность ритуала приветствия зависит от степени близости людей друг к другу и, соответственно, степени уважения, которую они должны друг к другу продемонстрировать в разговоре. Они очень подробно расспрашивают о делах друг друга.

Вот как описывает йеменский студент ритуал приветствия у него на родине в домашнем сочинении на тему «Различия в общении русских и йеменцев»:

«В Йемене вы всегда можете услышать примерно такой диалог:

- Добрый день!
- Добрый день!
- Как дела?
- Спасибо, хорошо. А как ваши?
- Спасибо, хорошо. В семье все здоровы?
- Спасибо, да. А в вашей семье?
- Спасибо, все в порядке. Жена здорова?
- Спасибо, А ваша?
- Спасибо, хорошо. Дети здоровы?
- Да, а ваши?
- Все в порядке. Как дела на работе?
- Все хорошо, спасибо. А у вас?
- Спасибо, хорошо.

Если мой собеседник - близкий друг, то диалог окажется значительно длиннее. Чем больше он меня уважает, тем дольше приветствие. Два уважающих себя йеменца, даже если им предстоит нелестный разговор, не начнут его, пока не выполнят этот ритуал».

Узбеки и многие другие мусульманские народы не допускают женщин к общению с мужчинами, ограничивают общение женщин с незнакомыми.

В ряде культур Кавказа и Востока длительность речи, обращенной к собеседнику или собеседникам, рассматривается как важный показатель вежливости.

Любопытный пример приводит В. Е. Гольдин; журналист, побывавший в Сванетии, так описывает свои впечатления: «Однажды группа милиционеров, щеголявших новенькой формой, угощала меня вином в бечойской столовой... Я произнес тост за процветание новой Сванетии, милиционеры понимающе кивали, но чего-то им было мало. Учтиво пожав мне руку, они сели на лошадей. Упитанный заведующий столовой напомнил мне картину, где изображен содержатель невзыскательной средневековой харчевни... Я обратился к нему за разъяснениями, Отирая руку о засаленный передник, он ответил тотчас же: «Вы очень коротко говорили, надо было больше говорить» (Гольдин, 1987, с. 77). Чем дольше длится речь произносящего тост, тем большую вежливость демонстрирует говорящий, тем больше уважение к собеседникам он демонстрирует. Отсюда традиционно длинные кавказские тосты.

Сомалийский студент российского вуза, отвечая на экзамене, в процессе ответа говорил все тише и тише, несмотря на просьбы преподавателя «говорить смелее». Российский преподаватель в такой ситуации

обычно думает, что тихий голос студента - свидетельство незнания предмета, в то время как это демонстрация повышенной вежливости в общении: чем тише говорит человек, обращаясь к собеседнику, тем большую степень вежливости по отношению к нему он демонстрирует.

Нигерийцы, прежде чем обратиться к кому-либо с просьбой, долго и многословно извиняются за беспокойство, чем нередко раздражают русских: в русском речевом этикете извинение за беспокойство должно быть кратким, а многословные извинения рассматриваются как свидетельство того, что просьба будет деликатной или незаконной.

Нигерийские студенты российских вузов часто жалуются, что в ответ на многословные извинения, которые в нигерийском речевом этикете символизируют повышенную вежливость обращения, россияне нередко просто отказываются вступать в разговор, отгоняя их как назойливых гадалок или попрошайек – «Иди, иди».

Таджики, как и японцы, уделяют большое внимание поклонам: «Воспитанный человек будет приветствовать так: правая рука или обе руки одна над другой складываются ниже груди, корпус наклоняется, при этом глубина поклона зависит от возраста приветствуемого и от уважения к нему» (Национально-культурная специфика, 1982, с. 130).

Различия обнаруживаются и в такой сфере, как общение мужчин и женщин. Эти различия выявляются в разных культурах как в связи с различиями в положении мужчины и женщины в конкретном обществе, что выражается в коммуникативном неравноправии мужчин и женщин при их совместном общении, так и непосредственно в речевом этикете мужчины и женщины.

Известно, что в мусульманских странах женщина обладает меньшими правами, чем мужчина. Это проявляется и в общении. Так, в Афганистане, в арабских странах женщине предписывается молчать в присутствии мужчин, она не имеет права вмешаться в мужской разговор, не может идти: впереди мужчины. В Нигерии женщина не должна провожать мужчину - считается, что это принесет несчастье.

Речевой этикет женщины во многих странах носит дискриминационный характер по отношению к тому, что допустимо в общении мужчины. Этикет требует, чтобы мусульманская женщина, когда она ведет разговор, говорила тихо, громко не смеялась, не ругала своего мужа в присутствии посторонних, не повышала голос на мужа, не распоряжалась в семье. Речевой этикет мужчины подобных ограничений не содержит.

В русском речевом этикете женщина также может говорить не все. Традиционно предполагается, что женщина в присутствии мужчин не

может вести за столом беседу (являясь ее инициатором, организатором), беседу за столом организует мужчина. Женщина в присутствии мужчин за столом также не может быть тамадой, не может самостоятельно предлагать тосты - она может это делать только в очень узкой компании, и если ей предоставил слово мужчина. Не принято, чтобы женщина рассказывала в компании анекдоты.

В английском светском общении, на светском обеде во второй его половине, после тоста за королеву, женщины вообще покидают мужское общество и переходят в другую комнату. Вместе с тем, английская женщина за столом может предложить тост или рассказать анекдот, может взять нить беседы в свои руки.

Существенно различается в разных коммуникативных культурах тематика табуированного и допустимого общения. В русском речевом этикете вопрос о возрасте женщины, адресованный ей, считается грубым нарушением этикета, абсолютно бестактным. Шутки же на тему «мужчина и женщина» считаются в непринужденной обстановке допустимыми.

Речевой этикет общения со старшим поколением очень развит и строго соблюдается во многих странах, особенно в странах Востока. Во многих языках существуют специальные формы обращения к старшему поколению, отличающиеся повышенной степенью вежливости. Дети по первому зову, родителей должны приходиться к матери или отцу, они не могут в ответ на зов ответить «Че?», как и не могут разговаривать с родителями на удалении, на большой дистанции. Старших не принято перебивать в разговоре. В Афганистане, например, принято здороваться с незнакомыми старыми людьми, когда проходишь мимо них.

Различаются традиции планирования, договора о встрече. Англичанин, американец или немец (в англосаксонской традиции) может договариваться со своим собеседником о встрече, обсуждать или планировать что-либо на две-три недели вперед, назначая точный час встречи, но при этом не принято впоследствии перепроверять, напоминать собеседнику о запланированной и обговоренной встрече. Русский же этикет избегает длительного планирования, а также предполагает напоминание о назначенной встрече. Вместе с тем, по сравнению с китайской традицией, русские договариваются точнее - не принято, как в Китае, обозначать время встречи приблизительно – «приду до обеда», «приду после обеда». Русский этикет требует уточнения – «около 12 часов», «после четырех» и т.д.

Нередко ситуация поздравления или приветствия в той или иной культуре требует определенного ритуального поведения, ритуальных

жестов, как, например, у монголов: «Существует и особая форма приветствия вовемя празднования Цаган Сар. Монголы протягивают друг другу руки, слегка согнув их в локтях. Младший по возрасту кланяется и как бы подкладывает свои руки под руки старшего, затем, соприкасаясь, щеками, они трижды обнюхивают друг друга и произносят: - Здравствуйте! Хорошо ли встретили Новый год?» (Национально-культурная специфика, 1982, с. 24).

Этикет общения с коллегами в России значительно более либерален, чем в большинстве стран Европы и Азии. Практически во всех странах, кроме России, нарушением этикета, причем грубым, является, например, звонок домой коллеге или подчиненному и, разумеется, начальнику по служебным делам: обсуждение служебных дел проводится только на работе, в рабочее время. Обсуждение служебных дел в нерабочее время - нарушение этикета. Аналогично не принято звонить на работу по личным вопросам, например, своему знакомому, родственнику, подруге. Личные дела в рабочее время не обсуждаются. Русское общение подобных ограничений практически не содержит: иностранцы давно придумали о русских афоризм: «Русский дома говорит о работе, а на работе - о домашних делах».

Ритуал спора у разных народов тоже существенно различается. В русском общении возможны жаркие споры за столом, высказывание крайних точек зрения, высокая эмоциональность обсуждения, но это не приводит к ссоре, это допустимое коммуникативными традициями явление в компании. Сходные традиции у французов; они не любят церемонного светского разговора, горячо и эмоционально спорят за столом, пренебрегая «светскостью», в чем довольно близки русским. Англичане же тщательно избегают любых споров, стараясь вести беседу так, чтобы даже возможность какого-либо несогласия, а тем более открытого столкновения мнений, не возникла.

«Английская вежливость», - как замечает В. Овчинников, - вообще предписывает сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику. Отсюда склонность избегать категоричных утверждений или отрицаний, отношений к словам «да» или «нет» словно к неким непристойным понятиям, которые лучше выражать иносказательно. Отсюда тяга к вставным оборотам вроде «мне кажется», «я думаю», «возможно, я не прав, но...», предназначенным выхолостить определенность и прямолинейность, способную привести к столкновению мнений. ... От англичанина вряд ли услышишь, что он прочел прекрасную книгу. Он скажет, что нашел ее небезынтересной или что автор ее, видимо, не лишен таланта. Вместо того, чтобы обзвать кого-то дураком, он заметит, что человек этот не выглядит особенно умным, а выражение

«по-моему, совсем неплохо», в устах англичанина означает «очень хорошо». Самыми распространенными эпитетами в разговорном языке служат слова «весма» и «довольно-таки», смягчающие резкость любого утверждения или отрицания («Погода показалась мне довольно-таки холодной»). Иностранец, привыкший считать, что молчание - знак согласия, часто ошибочно полагает, что убедил англичанина в своей правоте. Однако умение терпеливо выслушивать собеседника, не возражая ему, вовсе не значит в Британии разделять его мнение. Когда же пытаешься поставить перед молчаливым островитянином вопрос ребром: да или нет? за или против? - он обычно принимается раскуривать свою трубку или переводит разговор на другую тему». (Новый мир, 1979, М, № 5, с. 230 -- 231). Английский спор—это обмен точками зрения, допускающими правоту собеседника в той же мере, как и правоту говорящего.

Этикет японского спора напоминает английский. Японский спор носит как бы изначально примирительный характер. В японском языке есть специальные выражения для «сохранения лица собеседника», то есть, для «утешения» того, кто оказался по ходу спора не прав.

У китайцев существует этикетный ритуал спора в ресторане - после того как все поужинали, начинается яростный спор тех, кто готов оплатить ужин: спорят громко, демонстративно отталкивая деньги, предлагаемые другими участниками ужина. Такой спор является демонстрацией уважения к присутствующим и носит как бы обязательный характер.

В разных культурах существуют различные традиции в формах и способах выражений несогласия. Так, в японской культуре этикетной формой выражения несогласия является контрвопрос. Если японцу предложить встретиться завтра в пять часов, а он восклицает: «Ах, завтра? Ах, в пять часов?» - это означает не то, что он не расслышал, а то, что ему этот день и час не подходят. Если японец, переспросил, значит надо предложить что-то другое.

Различаются в разных странах традиции ритуального обсуждения дел при встрече. Вопрос «Как дела?» при встрече знакомых - традиционный вопрос для всех культур. Вместе с тем, как традиции отвечать на него, так и степень детальности обсуждения взаимного состояния дел существенно различаются. Уже выше отмечалось, что в арабских странах и на Востоке состояние дел обсуждается при встрече знакомых очень детально, по установленным речевым этикетом для таких ситуаций «пунктам плана» - дела в семье, на работе, здоровье жены, детей, родителей и др. В русском этикете традиция предусматривает краткий ответ, как и в большинстве западных культур. Но если

у американцев на вопрос «Как дела?» принято отвечать «о-кей!», «Отлично!», у немцев – «Хорошо», то у русских принято говорить более скромно: «Ничего», «Нормально», «Да вроде все в порядке» и т. д. Здесь русская традиция близка французской, причем французы часто отвечают фразами типа «Держимся».

В культуре каждого народа есть явления, которые занимают особое положение в жизни - они важны для жизни данного народа, представляя собой определенную деятельность или события, которые привлекают внимание людей. В речевом этикете существуют так называемые благопожелания - специальные фразы, произносимые людьми, которые наблюдают то или иное жизненно важное явление или деятельность своих сограждан, и содержат обычно пожелание успеха в этой деятельности, благоприятных последствий того или иного события. Естественно, различия в культуре определяют и различия в тех благопожеланиях, которые являются составной частью речевого этикета народа.

Так, русский речевой этикет предусматривает такие благопожелания, как: С легким паром! С обновкой! Ни пуха ни пера! Приятного аппетита! Бог в помощь! Приятного сна! Приятного путешествия! В добрый путь! и др.. У арабов есть благопожелание по поводу только что сделанной стрижки, удачной покупки.

Немцы, как и русские, желают приятного аппетита тем, кто ест, но в русской традиции приятного аппетита желают только в предприятиях общественного питания, а не дома, где предполагается, что аппетит и так будет приятным. Немцы же желают приятного аппетита всегда, когда садятся за стол.

У адыгейцев есть благопожелание «Хороший урожай вырастить!», на что тот, кто работает в поле, отвечает фразой типа «Вместе съедим».

Важной частью коммуникативного поведения народа являются действующие в национальном общении коммуникативные табу - запреты на употребление определенных выражений или затрагивание определенных тем в тех или иных коммуникативных ситуациях. Во всех европейских странах существует табу на вопросы, касающиеся доходов, зарплаты, источников существования собеседника. Вопрос «Сколько вы получаете?» для европейских народов представляется грубым нарушением этикета, вызывает коммуникативный шок.. Аналогично не принято спрашивать, за кого вы голосовали, к какой политической партии принадлежите, какую религию исповедуете. В Америке и Европе дома, за столом, в частной компании существует табу на обсуждение проблем политики и религии.

Русский речевой этикет не содержит подобных ограничений. Вместе с тем, в русском общении не принято обсуждать за столом, в компании проблемы секса, не принято громко интересоваться местонахождением туалета, сообщать о проблемах своего желудка. Все это возможно, к примеру, в немецком общении.

Английский речевой этикет не поощряет шуток в смешанной (по полу и возрасту) компании. У китайцев нельзя шутить на тему взаимоотношения полов, это считается неприличным.

У французов нельзя спрашивать о зарплате, но можно спросить о том, сколько они платят налогов: расскажут охотно, так как все считают, что платят чрезмерно. В английском общении нельзя критиковать собственность присутствующих людей, нельзя вообще обсуждать в обществе какие-либо серьезные проблемы.

Существуют особые ритуалы в общении с высокопоставленными лицами, прежде всего с высшими лицами государства, в особенности с монархами. В России правилами этикета предписывался следующий порядок общения с императором:

«Допущенный в кабинет или залу, где назначена аудиенция, проситель делает почтительный поклон при самом входе в комнату, потом второй поклон подвинувшись несколькими шагами вперед, и наконец, в расстоянии никак не менее трех шагов от того места, где находится Высочайшая Особа, делается третий поклон. Начинать говорить не должно прежде, чем Его Величество обратится с каким бы то ни было вопросом. Ответы должно давать явственно, отчетливо, но стараясь не удлинять фраз без нужды. Осанка просителя должна быть свободна и носить отпечаток чувства собственного достоинства.... Когда аудиенция окончена, должно выйти из комнаты, не оборачиваясь спиной к Высочайшей Особе, а пятясь задом и до самого порога произведя те три поклона, которые назначены придворным церемониалом. На пороге только можно обернуться» (Правила светской жизни, 1991, с. 160 - 161).

В Великобритании общение с королевой обставлено различными церемониальными правилами, обеспечивающими высшему лицу государства право самому регулировать общение с подданными. В. Овчинников так описывает ежегодный традиционный прием, который устраивает королева на лужайке около своего дворца:

«На лужайке парка были разбиты шатры, где угощали чаем и печеньем. Елизавета II ходила от одной группы гостей к другой. Причем все присутствующие неукоснительно соблюдали правила дворцового приема: разговаривать с королевой полагается лишь тому из гостей, к кому она обратилась» (Овчинников, 1975, с. 229).

Соблюдению дворцового этикета в Великобритании придается огромное значение; всем памятен скандал с вновь избранным премьер-министром Австралии Полом Китингом вовремя визита Елизаветы II в Австралию в 1992 г.: «В своей речи новоизбранный премьер-министр Пол Китинг напомнил своему формальному сюзеру, что вовремя ее первого посещения Австралии 38 лет назад в парламенте заседали депутаты, родившиеся еще в эпоху королевы Виктории. С тех пор много воды утекло: Британия примкнула к Европейскому сообществу, а брошенная ею на произвол капризного рынка Австралия ищет себе партнеров среди стран азиатского региона. Далее случился конфуз, придавший высказываниям премьера дерзкий и вызывающий характер. Представляя именитых гостей, а их собралось более 800, П. Китинг, вероятно, непроизвольно, взял английскую королеву за талию... Вдобавок его супруга, голландка по происхождению, Аннитта, не исполнила реверанс, уважительное коленопреклонение перед монархом, как того требует дворцовый этикет. Это не прошло незамеченным и подняло гневную бурю на Британских островах. «Руки прочь» таким аршинным заголовком вышла газета «Дейли миррор». «Королева опечалена оскорблениями» - подхватила «Дейли экспресс». П. Китинг, оправдываясь и одновременно нападая, заявил: он рассматривает королеву Елизавету II как «королеву Австралии, нашу королеву» (Известия, 1992, 22 февр.).

А вот как приветствуют жители Тонга своего монарха: Издали слышен клаксон, среди гуляющих заметно волнение. Приближается большой лимузин. На одном из крыльев трепещет красный, с фиолетовым оттенком флаг с красным же крестом на белом фоне, Все вокруг приседают, а затем садятся на обочине со скрещенными ногами. На заднем сиденье лимузина виднеется массивная фигура - король Тубоу IУ. Его положено приветствовать, усевшись со сложенными ладонями. Это не просто обычай, это закон, соблюдение которого строго проверяется местными полицейскими» (Формановская, 1989, с. 45) .

Заметные различия наблюдаются между культурами и в области *социального символизма*. Социальный символизм подарка в немецком общении отличается от символизма подарка в русском общении: немец убирает принесенное вино или конфеты, рассматривая их как сувенир, как память о госте; в русской же традиции такое действие воспринимается как жадность хозяина, что является ошибочной интерпретацией, однако может привести к недоразумению.

У русских небольшое опоздание в гости является в какой-то мере даже этикетно необходимым, отражает внимание к хозяевам; немцы

же это рассматривают как проявление необязательности, неуважение и не знают, как себя вести в таких случаях.

Четное число цветов в букете в русской культуре символизирует траур, в европейских культурах - нет. Белые цветы во Франции приносят на похороны, в русской их можно принести на свадьбу. Букет цветов в России является обычно дополнением к подарку и равнозначен поздравлению, предполагая часто еще и сам подарок, в немецкой же культуре букет цветов сам может выступать как подарок и является самодостаточным. В России цвет траура черный, в Китае - красный.

В Китае считается «к счастью» делать четные подарки – две одинаковые коробки конфет, сигарет и т.д.

Необходимость знания норм и традиций коммуникативного поведения той страны, где мы находимся – настоятельная необходимость, важное условие эффективной совместной деятельности, залог успеха в общении и деловом взаимодействии с местными жителями. Незнание или невыполнение правил местного речевого этикета, неправильное понимание коммуникативных действий жителей той страны, где мы находимся, наши собственные неадекватные коммуникативные действия могут привести к серьезным недоразумениям и даже конфликтам.

Русские не должны обижаться на то, что англичане и немцы могут разговаривать с ними через порог - это нарушение этикета в России, но не является таковым в Западной Европе. Не стоит обижаться на китайцев, которые в праздник или день рождения своего знакомого могут прийти к нему в 7 утра, подняв с постели - чем раньше китаец приходит поздравить своего друга, тем больше уважения он демонстрирует.

Спокойно надо отнестись и к вопросам китайца «Сколько вам лет?», «Как ваша фамилия?» - он действует в рамках своих коммуникативных традиций, где это считается допустимым. С другой стороны, китаец не понимает, как можно грубо разговаривать с иностранцем - в Китае это недопустимо.

Англичане и немцы должны понимать, что свобода, с которой русские могут к ним обратиться на улице, просьбы, которые могут им адресовать - дать сигарету, дать прикурить, закопостировать абонемент - не являются отражением грубости, бесцеремонности или попрошайничества русского человека, а соответствуют допущениям принятого в России коммуникативного поведения. То же самое относится к вопросам о зарплате, которые русский этикет не запрещает задавать каждому встречному.

4. Основные особенности русского коммуникативного поведения

Описание коммуникативного поведения любого народа возможно на основе его эксплицитного или имплицитного сопоставления с коммуникативным поведением других народов. Предлагаемое ниже описание основных (доминантных) особенностей русского коммуникативного поведения выполняется в сопоставлении с усредненной моделью американско-западноевропейского коммуникативного поведения, которая отражает общие, сходные черты коммуникативного поведения этих народов.

Основные черты коммуникативного русского коммуникативного поведения могут быть представлены следующими обобщенными признаками.

Общительность

Общительность русского человека в сопоставлении с западным коммуникативным поведением может быть оценена как *очень высокая*. Она проявляется в следующем.

Русский человек очень любит общаться, общение выступает для него как исключительно важная часть жизни, как важный способ проведения времени с другими людьми.

Русский человек обычно легко вступает в общение. Русский человек легко заговаривает с незнакомыми, причем для вступления в общение, как показали исследования Ю.В.Таранцев, есть неограниченный набор поводов и тем. Это может быть любой вопрос, просьба, совет незнакомому собеседнику, предложение угощения, констатация того, что тебе без собеседника было скучно. Русский человек может дотронуться до собеседника для установления контакта, взять его под локоть и даже преградить путь.

Русские очень легко знакомятся. В русском коммуникативном поведении нет особой жесткой или формальной церемонии знакомства. Можно знакомиться самому, без посредников - подойти и сказать: "Хочу с вами познакомиться! Можно с вами познакомиться? Я такой-то..."

Вступив в общение, русские люди часто стараются быстрее преодолеть формальную процедуру знакомства и перейти к эмоциональному, искреннему общению.

Высокая общительность русского человека проявляется и в таком существенном признаке его коммуникативного поведения как нетер-

пимость к молчанию в компании, в группе. В компании, в группе, в гостях, за столом не принято молчать. Если кто-то некоторое время не участвует в общем разговоре, его вполне могут спросить: “А ты что молчишь?”

В русском групповом общении есть понятие неловкого молчания, отсутствующее у других народов - если вдруг все в компании одновременно замолчали, такое молчание считается неприятным, его называют неловким и стараются сразу же возобновить групповое общение, найдя для этого подходящую тему. В поездках, при поездках на дальнее расстояние принято разговаривать с попутчиками. Уклонение от общения в таких условиях нередко рассматривается как неуважение, высокомерие, и в общем разговоре надо хотя бы формально участвовать.

В русской культуре наблюдается несомненная приоритетность общения в межличностных отношениях по отношению к другим видам деятельности: собираются прежде всего пообщаться. Русские любят коллективные застолья, но общение в таких застольях обычно оказывается приоритетным: собираются прежде всего пообщаться, а потом уже - поесть и выпить, еда и выпивка - повод, обстановка общения. Очень часто, русский человек, который побывал в гостях, где его очень хорошо встретили и накормили, но беседа при этом была натужной, формальной, неинтересной для него, оценит такое проведение времени чисто негативно - скажет “Говорить с ними было не о чем”.

Еще одним важным проявлением общительности русского человека является устойчивая тенденция задавать собеседнику интимные вопросы (в западном смысле этого слова - то есть глубоко личные, затрагивающие интересы одного человека): о его зарплате, возрасте, семейном положении, есть ли у него дети, а если нет - то почему, живы ли родители, где он работает и кем, где живет (вплоть до точного адреса), где он учился, кто по профессии. Русский может спросить, верующий ли его собеседник, к какой конфессии принадлежит, за кого голосовал на прошлых выборах или за кого собирается голосовать. Все эти и подобные вопросы для западного коммуникативного поведения считаются табуированными, для русского же - вполне естественным проявлением дружелюбного интереса к подробностям жизни собеседника, это форма демонстрации интереса и внимания к собеседнику.

Русские люди любят тех, кто хорошо говорит, кто общителен, кто любит “потрепаться” в компании, любят балагуров и болтунов. Скоморохи, клоуны, Петрушка, Василий Теркин, дед Щукарь - любимые

герои русской культуры и литературы.

Общительность русского человека находит отражение в огромном количестве лексических единиц, образующих поле коммуникативной лексики в русском языке (поле “Общение”). Исследование М.В.Шамановой показало, что лексическое поле “общения” в русском языке насчитывает 1479 слов. Коммуникативная лексика русского языка является, по-видимому, одним из самых больших лексических полей русского языка, что свидетельствует о ее высокой коммуникативной релевантности.

Эмоциональность

Эмоциональная речь занимает очень заметное место в структуре русского общения, причем много разговаривают эмоционально все категории коммуникантов, независимо от возраста, пола и социального положения. Для русского человека характерно эмоционально реагировать на замечания.

По наблюдениям представителей западных культур, *русские могут долго говорить эмоционально*, что особенно удивляет иностранцев. Английский преподаватель удивлялся: “Я стоял около вокзала и видел, как двое русских мужчин кричали друг на друга. Это были простые люди, было очень много жестов и продолжалось примерно полчаса. Потом они разошлись в разные стороны и не побили друг друга” Последнее обстоятельство особенно удивило англичанина - *кричали, но не дрались*; в Англии, как он сказал, подобный разговор очень быстро перешел бы в драку).

Иностранцы отмечают, что настроение русского человека, разговаривающего с ними, может внезапно смениться с благодушного на обиженное, а потом вдруг опять его лицо станет приветливым - в этой ситуации, как отмечают западноевропейцы, они не могут понять, почему так *быстро меняется в процессе общения настроение русского человека*. Объясняется же это тем, что русский человек не прячет истинную эмоцию за улыбкой или вежливо - сдержанной маской, как принято в западном общении. Это просто непосредственная эмоциональная реакция на содержание разговора.

Й.Ричмонд отмечает, что русская душа может появиться, проявиться в самом неожиданном месте и так же внезапно исчезнуть.

Коммуникативный демократизм

Для русского коммуникативного поведения в общении как со знакомыми, так и с незнакомыми характерно стремление к паритетности в общении, стремление к простоте, коммуникативному равенству. Рус-

ский человек любит говорить запросто, без церемоний, иметь собеседника, равного себе. В таком стиле русские часто говорят даже с незнакомыми людьми, пренебрегая формальной вежливостью. С самого начала общения русские люди обычно демонстрируют дружелюбие и открытость, простоту манеры, вызывая этим собеседника ответить тем же. Отсюда - замечаемая многими представителями западноевропейского коммуникативного стиля грубоватость, неэтикетность в сфере массового русского бытового общения.

Русские любят быстро устанавливать доверительные, дружеские отношения с собеседником. При этом длительность знакомства не является решающим фактором. Русский человек часто стремится скорее перейти *на ты* с новым знакомым, считается, что это сближает и свидетельствует о подлинных дружеских чувствах, которые люди демонстрируют таким обращением. Это считается естественным проявлением расположения к человеку, желанным видом общения, естественным для русского человека.

Русский человек близко подходит к своему партнеру, может в знак расположения, стремления установить дружеский контакт, коснуться собеседника, дотронуться до него.

В русской коммуникативной культуре не принято долго и развернуто извиняться.

Формулы вежливости в русском общении кратки и не предполагают развернутых форм.

Коммуникативная доминантность

Доминантность как признак русского коммуникативного поведения проявляется в том, что в процессе *общения* русский человек часто демонстрирует тенденцию завладеть вниманием своих собеседников, показать себя как знающего, способного рассказать что-либо интересное собеседника.

В компании русский человек любит “блеснуть”, завладеть всеобщим вниманием, произвести впечатление. Много и охотно рассказывает в разговоре о себе, своей биографии, личном опыте, своих поездках, престижных друзьях и знакомых. Можно сказать, что русский человек заявляет о себе, самовыражается прежде всего в общении, в компании (при том, что в поведении, в действиях он старается быть скромным, не выделяться, ср. ниже - о самоподаче).

Свобода подключения к общению

Русский человек может вмешаться в разговор незнакомых людей, высказать свою точку зрения, что-то подсказать по своей собственной

инициативе, даже если его не спрашивают. Можно подключиться к разговору попутчиков и высказать свое мнение по тому или иному вопросу.

Допустимо перебить разговаривающих людей, чтобы задать им вопрос. Англичанин с удивлением отмечал, что русские не обижаются, когда их перебивают в разговоре с кем-либо, чтобы отвлечь и задать вопрос. В учреждениях перебивание разговаривающих сотрудника и клиента другим сотрудником - обычное дело. Можно высказать свою точку зрения, если не спрашивают. Можно подключиться к разговору попутчиков, которые уже ведут между собой беседу.

Можно свободно обратиться к незнакомому и сделать ему замечание, дать совет, предупредить: У вас нитка на пальто. У вас шнурок развязался. Пальто запачкалось. У вас сейчас батон выпадет и т.д.

Свобода вступления в контакт

Русский человек может заговорить с любым человеком - как знакомым, так и незнакомым, как свободным, так и занятым, как молчащим, так и разговаривающим с другим и людьми.

В отличие от Запада, в русском коммуникативном поведении любая фраза может стать началом разговора, поводом для развития контакта.

Свобода вступления русского человека в контакт проявляется и в возможности обращения практически с любой просьбой к незнакомым. Только в России в связи с контактностью и общительностью русского человека есть особая воровская специальность - воровка на доверие: женщина знакомится с кем-либо, предлагает посторожить их вещи, пока те отойдут по делам, а потом ворует эти вещи.

Зрительный контакт

В русском коммуникативном поведении контакт взглядом обязателен, но при этом не принято длительное время смотреть прямо в глаза собеседнику, это рассматривается как агрессия или давление. Русский речевой этикет предполагает, что собеседники в процессе разговора должны смотреть друг другу в лицо, не фиксируя взгляд на глазах, а смотря в овал лица.

Допустимость длительных пауз в общении

Длительные паузы в русском общении недопустимы. Общение должно идти непрерывно, собеседники как в диалоге, так и в групповом общении должны быть постоянно включены в общение. Если вдруг повисает пауза, она называется "неловкой", ее надо немедленно устранить, иначе все участники диалога чувствуют себя неудобно -

прервался контакт в общении.

Роль светского общения

Для русской лингвокультурной общности характерна скорее нелюбовь к светскому общению. Сам термин в русском словоупотреблении носит обычно некоторый неодобрительный оттенок: светское - значит “ненастоящее”, значит официальное, надуманное, неискреннее.

Оно считалась признаком дворянского или буржуазного псевдокультурного, неискреннего поведения. Русская классическая литература поддерживала такое отношение к светскому общению: ср. иронию А.Пушкина по поводу Онегина, который умел коснуться до всего слегка, хранил молчанье в важном споре, кланялся непринужденно - “чего ж вам больше, свет решил, что он умен и очень мил”; ср. строки Лермонтова, называвшего светское общение дворянского общества “диким шепотом затверженных речей” и разоблачавшим “образы бездушные людей”, “приличьем стянутые маски”; ему даже хотелось бросить в лицо участникам светской беседы “железный стих, облитый горечью и злостью”. Ср. также ироническое изображение светского общения между Агафьей Тихоновной и Подколесиным в “Женитьбе” Н.В.Гоголя, иронически-разоблачительная тональность эпизода “Салон А.П.Шерер”, которым открывается “Война и мир” Л.Н.Толстого и др.

Светский разговор в современной коммуникативной практике представляет собой так называемый *разговор на общие темы*, не затрагивающий личных проблем. Однако и сами выражения *разговор на общие темы*, *поговорили на общие темы* и под. в русском словоупотреблении имеют такой же негативный оттенок, как и выражение “светская беседа”, “светский разговор”, поскольку как раз затронуть личные проблемы - удовольствие русской беседы. Нелюбовь к светскому общению - оборотная сторона предпочтения неформального общения, эти два коммуникативных признака дополняют друг друга.

Выраженность самоподачи личности

Для русской лингвокультурной общности нехарактерны активная или агрессивная самоподача личности в общении. Скорее способ самоподачи русского человека может быть назван диффузным, нечетко невыраженным.

Русский человек не стремится любым способом произвести впечатление, выделиться, обратить на себя внимание в обществе. Если в какой-либо компании появляются люди, активно старающиеся привлечь

в себе внимание своим поведением, общественное мнение их осуждает - это считается нескромным. Православие считает главной добродетелью смирение, а не гордыню, призывает к скромности отдельного человека в поведении.

За границей, в отличие, например, от американцев, русские обычно ведут себя скромно, стараются не выделяться из местных жителей, не привлекать к себе внимание. Выражение “На тебя же все смотрят!” является осуждением выделяющегося поведения.

Самопрезентация

В русском коммуникативном поведении самопрезентация личности носит сдержанный характер.

В США принято прибегать к агрессивной самоподаче - *я лучший специалист, я преуспеваю, у меня все было, есть и будет отлично*. Американец легко и просто назначает себе высокую цену как профессионалу, запросто утверждает, что он все прекрасно знает. Коммуникативное поведение американца постоянно подчеркивает именно эти его качества, он постоянно рекламирует себя, излучает уверенность и победоносность.

Зарубежные бизнесмены отмечают, что русские партнеры стесняются себя рекламировать, стесняются назначать цену за свои знания или умения, “продавать себя”, они вместо этого стараются продать свою продукцию, результаты своей работы, а не себя как специалиста; они ждут оценки себя со стороны, предоставляют право на оценку партнеру, а не формируют высокую собственную оценку своим повседневным поведением.

Искренность

Русский человек исключительно искренен в общении. Он обычно не скрывает от собеседника своего настроения - его лицо отражает то, что он сейчас, в данную минуту переживает.

Неэмоциональность в общении считается плохим качеством, отражением равнодушия к проблемам других людей и осуждается. О внешне бесстрастном человеке говорят, что у него на лице “маска бесстрастности”, которая также осуждается.

Русские искренне и порой довольно бурно демонстрируют свои эмоции, открыто радуются и печалются, не скрывают свои чувства от окружающих. Американцы отмечают, что искренность русских, отсутствие традиции сохранять формальную доброжелательность со всеми, дает возможность иностранцу безошибочно определять отношения русских друг к другу и к иностранцам: “если кто-либо из ваших коллег

стал вас не любить, вам не составит труда это заметить”.

В русском общении ценятся откровенные люди, они неизменно оцениваются позитивно. Русские, хотя и могут поиронизировать по этому поводу, но в целом несомненно любят тех, кто ничего не скрывает или не может ничего скрыть от других, обо всем искренне рассказывает.

Откровенность в общении

Русский человек часто очень откровенен в общении, очень многое рассказывает о себе. Как отмечает Э. Робертс, русские сообщают тебе даже то, что ты не хочешь знать.

Русский человек часто очень откровенен даже с малознакомыми людьми, может без наводящих вопросов привести многие личные и даже интимные подробности своей жизни - это считается проявлением доверия к собеседнику, отражает стремление установить с ним дружеский контакт.

Доброжелательность приветствия

В русском приветствии нет требования к невербальной демонстрации доброжелательности, доброжелательность не входит в прагматику русского приветствия, являясь ее факультативным элементом; обязательна только вежливость.

При приветствии требования речевого этикета обуславливают лишь необходимость не угрюмого, а точнее - хотя бы минимально приветливого лица; важен сам факт приветствиями и обмена взглядами.

Бытовая улыбчивость

Для русского коммуникативного поведения характерна *бытовая неулыбчивость*, что выступает как одна из наиболее ярких и национально-специфических черт русского общения.

Можно выделить следующие особенности русской улыбки как невербального сигнала в русской коммуникативной культуре.

1. Улыбка в русском общении не является сигналом вежливости.

Улыбка при приветствии на Западе означает прежде всего вежливость приветствия. Чем больше человек улыбается при приветствии, тем больше вежливости к данному собеседнику он демонстрирует. Улыбка на протяжении диалога с собеседником также сигнализирует о вежливости собеседника, о том, что он вежливо слушает. Улыбка в сфере сервиса на Западе (и на Востоке) также прежде всего выполняет

функцию демонстрации вежливости. Ср. китайскую поговорку: *Кто не может улыбаться, тот не сможет торговать.*

В русском коммуникативном поведении улыбка “для вежливости” или “из вежливости” не принята, и даже наоборот - к чисто вежливой улыбке собеседника, если она опознана как таковая, русский человек обычно относится настороженно или даже враждебно: русская фраза “он из вежливости улыбнулся” содержит настороженно-неодобрительное отношение к улыбнувшемуся.

Постоянная вежливая улыбка называется у русских “дежурной улыбкой” и считается плохим признаком человека, проявлением его неискренности, скрытности, нежелания обнаружить истинные чувства. Й.Ричмонд описывает случай, когда американец принес русскому сапожнику обувь в починку и при этом улыбался, а сапожник ему сразу сказал: “Что вы улыбаетесь?” (с.41). “Уберите дежурную улыбку!” - говорили в Воронеже русской преподавательнице английского языка, которая все время по-американски “держала улыбку”.

2. В русском общении не принято улыбаться незнакомым.

Улыбка в русском общении адресуется в основном знакомым. Именно поэтому продавщицы не улыбаются покупателям - они с ними незнакомы. Знакомым покупателям продавщицы, возможно, и будут улыбаться.

3. У русских не принято автоматически отвечать на улыбку улыбкой.

Если русскому человеку улыбнулся незнакомый, это скорее побудит русского искать причину адресованной ему улыбки, чем побудит ответить незнакомцу улыбкой. Часто в таких ситуациях следует спросить: “А мы что, знакомы?” На улыбку знакомого человека у русских тоже далеко не всегда следует автоматически улыбнуться, скорее это рассматривается как приглашение вступить в контакт, в разговор.

4. В русском общении не принято улыбнуться партнеру, если случайно встретился с ним взглядом.

Американцы в таких случаях улыбаются, а у русских принято, наоборот, отвести взгляд.

5. У русских не принято улыбаться, глядя на маленьких детей или домашних животных.

У американцев это принято, а у русских - нет.

6. В русском общении улыбка не выполняет функции предохранения собеседника от огорчения, как в некоторых культурах, например, китайской.

7. Улыбка у русских – сигнал личного расположения к человеку.

Русская улыбка демонстрирует тому человеку, которому она адре-

сована, что улыбающийся ему человек относится к нему с личной симпатией, это демонстрация личного расположения. Поэтому и улыбаются русские только знакомым, поскольку к незнакомому нет личного расположения. На улыбку незнакомому, как уже отмечалось, может последовать реакция: “Разве мы с вами знакомы?”

8. У русских не принято улыбаться при исполнении служебных обязанностей, при выполнении какого-либо серьезного дела.

Таможенники не улыбаются, поскольку заняты серьезным делом. Продавцы, официанты - тоже. Это особенность русской улыбки уникальна. Не принято, чтобы на занятиях улыбались дети. Русские взрослые учат детей: не ухмыляйся, будь серьезен в школе, вовремя приготовления уроков, когда с тобой разговаривают взрослые. Одно из самых распространенных замечание учителя в российской школе : *что улыбаешься, тиши.*

Улыбка обслуживающего персонала при исполнении служебных обязанностей в России всегда отсутствовала - приказчики, продавцы, официанты, слуги были вежливы, предупредительны, но не улыбались. Улыбку в сфере сервиса у русского персонала надо вырабатывать как профессиональное требование, сама она не появляется.

9. Улыбка рассматривается русскими как искреннее выражение хорошего настроения или расположения к собеседнику.

В русском коммуникативном сознании существует императив: улыбка *должна* являться искренним отражением хорошего настроения и хорошего отношения. Не принято улыбаться “просто так”, чтобы поднять настроение собеседника, чтобы сделать приятное, чтобы поддержать - этих функций у русской улыбки нет. Чтобы иметь право на такую улыбку, надо действительно хорошо относиться к человеку или испытывать хорошее настроение.

10. Улыбка русского человека должна иметь вескую причину, известную окружающим, только тогда человек получает на нее “право” в глазах окружающих.

Если русскому человеку причина чьей-либо улыбки оказывается непонятной, это может вызвать у него серьезное беспокойство. Причина улыбки человека должна быть прозрачной, понятной для окружающих. Если причина непонятна или считается окружающими недостаточно уважительной, могут прервать улыбку, сделать замечание даже незнакомому человеку – *чего улыбаешься?*

В русском языке есть уникальная поговорка, отсутствующая в других языках - “Смех без причины - признак дурачины”. Логика этой поговорки не могут понять люди с западным мышлением - один немецкий преподаватель, которому объяснили смысл этой поговорки -

“Если человек без причины смеется, у него не все в порядке с головой”

- никак не мог понять и все спрашивал: “А почему это из этого следует?”

11. Достойной причиной (и фактически единственной) для улыбки в русском общении признается текущее материальное благополучие улыбающегося.

Призыв Д. Карнеги “Улыбайтесь” приводит обычно к в русской аудитории к реплике: “Чему улыбаться-то? Денег не платят, вокруг проблемы, а вы – “улыбайтесь”. Обращает на себя внимание употребление местоимения *чему*: русское сознание не воспринимает улыбку, как адресованную *кому*, как бы не видит в ней коммуникативного смысла, воспринимая ее как отражательный, симптоматический сигнал настроения-благополучия в материальном плане.

12. В русской коммуникативной культуре не принято улыбаться просто для поднятия настроения собеседника.

В таких случаях русский человек скорее предложит помощь, задаст вопросы, предложит человеку выговориться, но не будет пытаться развеять его мрачные мысли своей улыбкой.

13. У русской улыбки отсутствует функция самоподбадривания.

Американцы широко пользуются улыбкой в этих целях и постоянно советуют друг другу: “Продолжайте улыбаться!”. Психологи настоятельно рекомендуют: “Улыбайтесь, вам будет легче перенести трудности!”, однако русские упорно не хотят этого делать. Общественное мнение в России осуждает и улыбку самоподбадривания: “ее муж бросил, а она ходит улыбается”, “у нее семеро детей по лавкам, а она ходит улыбается” и т.д. - все это - осуждение улыбки женщины, которая старается не сдаваться в трудной ситуации.

14. В русском сознании улыбка как бы требует определенного времени для своего осуществления. Она рассматривается как некий самостоятельный коммуникативный акт, который как таковой в большинстве случаев излишен. Ср. русскую поговорку : *делу время, потехе час*.

Учителя очень часто делают замечания детям: “потом будешь улыбаться, работай”.

15. Улыбка должна быть уместной с точки зрения окружающих, соответствовать коммуникативной ситуации.

Большинство стандартных коммуникативных ситуаций русского общения не санкционируют улыбку. Не принято улыбаться в напряженной ситуации – “не до улыбок”. Не принято улыбаться, если рядом есть люди, о которых известно, что у них серьезные огорчения, кто-то болен, озабочен личными проблемами и т. д.

16 . У русских наблюдается нечеткое различие между улыбкой и смехом, на практике часто эти явления отождествляются, не различаются, уподобляются одно другому.

Ср. реплику учителя улыбающимся детям: “Что за смех? Я ничего смешного не сказал!” Вообще, улыбающимся людям в России часто говорят: “Не пойму, что здесь смешного!” или “А что я смешного сказал?”.

Особенности русской улыбки, *бытовая неулыбчивость* русского человека (именно *неулыбчивость*, а не *мрачность* - русские люди в своем большинстве веселые, жизнерадостные и остроумные) поддерживается и русским фольклором, где мы находим массу поговорок и пословиц “*против*” смеха и шуток. Ср. список таких единиц только из словаря В.Даля “Пословицы русского народа”: Делу время, потехе час, шутка до добра не доводит, и смех наводит на грех, и смех, и грех, и смех, и горе, иной смех плачем отзывается, хорошо смеется тот, кто смеется последним, шути, да оглядывайся, в шутках правды нет, в шутках правды не бывает, кто шуток не понимает, с тем не шути, шутить шути, да людей не мути, умей пошутить, умей и перестать, нет лучше шутки, как над собой, тем не шути, в чем нет пути, тем не шутят, что в руки не дают, всякая шутка - баламутка, набьет улыбка оскомину и мн. др.

Отметим, что рыночные отношения в нынешних условиях являются стимулом к появлению профессиональной, “коммерческой” приветливости, что не может не сказаться в конечном итоге на таком невербальном компоненте русского коммуникативного поведения как улыбка.

Стремление к неформальному общению

Для русских характерно выраженное стремление к неформальному общению, а, скажем, для англичан - слабо выраженное . Однако американцы имеют по сравнению с русскими более высокое стремление к неформальности в разговоре, которое удивляет даже русских. Й.Ричмонд указывает в связи с этим следующее: «Американцы имеют стремление к неформальному разговору - открытому, прямому, без ритуалов, формул вежливости и непрямого языка, свойственного многим культурам. Русские приветствуют и оценивают такое общение , но обычно после того, как достигнут некоторый этап во взаимоотношениях» (с.109).

Приоритетность неформального общения

Неформальное общение с людьми считается общением *более же-*

ланным, нежели формальное. Это общение более *высокого разряда*, чем официальное. Субъективная оценка неформальной составляющей в своем общении у русского человека обычно заметно выше, чем формальной составляющей. Неформальный разговор дома или на вечеринке неизменно котируется выше, чем официальный - в офисе или на работе.

Формальное, официальное общение в сравнении с неформальным в русской культуре рассматривается как *менее искреннее*, менее эмоциональное. Оно рассматривается как церемонное, не ведущее к реальному установлению контакта с собеседником, и в силу этого оценивается русским коммуникативным сознанием негативно и обычно рассматривается как неизбежная, вынужденная мера, но не более того. Русские люди говорят “был чисто официальный разговор”, “у нас чисто официальные отношения (общение)” - подобные выражения в большинстве употреблений несут неодобрительный оттенок или эмоцию сожаления. Выражение “я говорю с вами официально”, “будем говорить с Вами официально” означает, что между собеседниками напряженные личные отношения и разговор не будет носить дружеского характера.

Эффективность официального общения

Неофициальное общение в русской коммуникативной среде, как отмечают многие иностранцы, и является гораздо *более эффективным*, чем официальное. В русском деловом общении надо сначала познакомиться, подружиться, установить личные отношения. Официальное общение русский человек рассматривает как бы как вынужденную необходимость, как общение “классом ниже”, если нет неофициальных отношений. Не случайно русский спрашивает у знакомых, направляясь в поликлинику: «У тебя там (в поликлинике, в магазине и т.д.) кто-то есть?» (то есть не посоветуешь ли, к кому лично обратиться).

А финские студенты, когда им об этой особенности русского делового общения рассказали, прокомментировали это так: “Мафия!”

Й.Ричмонд так описывает эффективность неформального общения у русских: он приехал в Москву вечером, поселился в гостинице, а обменные пункты уже закрыты. Ему было не на что ужинать. Он обратился к дежурной за советом - что делать? “Не знаю”, - спокойно ответила дежурная.

«Опыт мой показывает, что нельзя отступать в просьбах, я сменил тему и начал общаться со старой леди-дежурной - о целях поездки, погоде, как я учил русский язык, о дефиците в Москве, о ее и своих

детях, и о том, как приятно опять оказаться в Москве. Потом вернулся к теме - где поест. “Я вам одолжу рубли до завтра”, - сказала она.

Москва может быть холодным и безличным местом, где просьбы приезжего слишком часто встречаются автоматическим *нет*. Но русские откликаются на человеческий подход, и они могут быть добрыми и окажут помощь, когда установились хорошие межличностные отношения. Когда этот момент наступил, их слова становятся добрыми, *нет* становится *да*, и можно заключать сделки. Это - ключ к пониманию России» (с. 3)

Он же отмечает, что русские могут в своем кругу доверенных лиц идти на большие жертвы друг для друга (с.101). Он пишет, что русские полагаются на друзей, на узкий круг близких людей. Если попросить замолвить за тебя доброе слово, к тебе гораздо лучше отнесутся в деловых отношениях. У русских считается, что если мне сделали услугу, я тоже должен сделать. «Несмотря на большие размеры, Россия управляется на основе персональных отношений» (Й.Ричмонд, с.106).

Предупредительность к незнакомым

В русской коммуникативной традиции принято предупреждать незнакомых о возможных неприятностях, непорядках в одежде, возможных материальных потерях, давать советы, как лучше что-либо сделать и т.д. (см. *регулятивность*).

Вопросы о том, как пройти или проехать, как найти дом или учреждение могут адресоваться любому встречному, а не только официальному лицу - милиционеру, дворнику, почтальону и под. На эти вопросы обычно следуют достаточно полные ответы, если же человек не знает, то принято отослать к тому, кто знает, хотя бы в общем виде: *Спросите вон старушку, Спросите у того дома, Спросите тех, кто здесь давно живет* и др. Невозможность ответить на подобные вопросы у русских связана с переживанием некоторого неудобства - не смог помочь, поэтому принято побеспокоиться, чтобы дать собеседнику некоторый совет, как все-таки можно получить необходимую информацию. Бывает и такая ситуация - русский собеседник, не зная точно, все-таки даст совет или разъяснение, сопровождая словами: “Точно не знаю, но по-моему, это там” и под.

Могут показать дорогу и проводить до нужного места.

Допустимость грубости

Очень многие зарубежные наблюдатели отмечают, что русские временами могут говорить грубо – причем со всеми категориями собеседников.

Это является отражением эмоциональности и бескомпромиссности русского человека. После обмена грубостями, иногда довольно резкими, русские люди могут продолжать разговор, снизив эмоциональный накал - говорят друг другу “Мы оба погорячились”.

Допустима грубая речь в отношении собственных детей, нередко встречается грубость начальника по отношению к подчиненным, грубость мужа и жены в адрес друг друга. В общественных местах можно услышать нецензурные ругательства (мат), что осуждается общественным мнением, но практически не пресекается, особенно мужчинами..

Грубая речь осуждается культурными нормами, но тем не менее практически она очень распространена в русском коммуникативном поведении. Отношение к ней в русском коммуникативном сознании терпимое, она рассматривается как вынужденная и поэтому допустимая мера воздействия - “довели меня...”.

Вежливость к незнакомым

При сравнительно высокой предупредительности вежливость к незнакомым в русском общении оказывается значительно ниже, чем в западных странах, а также значительно ниже, чем вежливость к знакомым. Русские могут не демонстрировать речевого этикета, допускать невежливые формы обращения и ответа, демонстрируя простоту и демократизм в общении с незнакомыми.

С незнакомыми русские часто недостаточно невежливы –могут толкнуть, не извиниться. Русские нередко извиняются не сразу, а намного позже, чем совершено действие, за которое принято извиниться (Э.Робертс, с. 18).

Вежливость к знакомым

С друзьями, хорошими знакомыми русские гораздо вежливее, чем с незнакомыми, и гораздо обходительнее.

Вежливость к старшим

Внимание к старшему поколению в России выше, чем на Западе (уступят место, переведут через дорогу, помогут донести груз; возьмут старого родственника к себе жить), но вежливость общения со стариками - пониженная.

Со стариками часто разговаривают грубо, требовательно, младшие и даже внуки могут накричать на стариков, пренебречь какими-то их просьбами или мнениями, не ответить на вопрос или просьбу.

В общественных местах со стариками разговаривают более вежливо, ведут себя по отношению к ним более этикетно, но в общении воз-

можно покровительственные нотки: “Давай, дед, скорее... Давай, бабушка, побыстрее...”. Любопытно, что уничижительные формы “бабка”, “дед” люди старшего поколения в общественных местах нередко как бы в шутку, фамильярно обращают к себе в третьем лице: “Да пропустите бабушку-то...” “Дайте деду-то пройти...” и под.

Нередко со стариками в семье мало разговаривают. В семейном общении стариков не предпочитают в качестве собеседников – и старики сами это поддерживают, говорят «Вы между собой разговаривайте, вам с нами, стариками, неинтересно». О стариках заботятся, обеспечивают их жизнь, помогают материально, но в общении не демонстрируют к ним особой вежливости.

Вежливость к детям

Вежливость в отношении детей в русской коммуникативной культуре допускает исключения, она не считается обязательной.

Считается, что дети обязаны слушать родителей, и не обязательно родителям соблюдать все нормы речевого этикета, вежливого общения по отношению к своим детям. Родители часто кричат на детей как на подчиненных. Вежливость к чужим и незнакомым детям обычно выше, чем к собственным, но и в общении с этими категориями детей в русском общении действует принцип “Взрослый всегда прав” (Яйца курицу не учат). Детям можно сделать любое замечание и практически в любой форме, возражения детей могут просто пресекаться при помощи аргумента “Я знаю лучше”, “Ты еще ничего не понимаешь” и под.

Вежливость детей по отношению к родителям и старшим

Дети в основном общаются с родителями вежливо, особенно до 11-12 лет. Вместе с тем, подростки и старшие дети позволяют себе уже разговаривать с родителями на равных, могут оспаривать распоряжения родителей, отказываются выполнять их распоряжения, могут невежливо откликаться на просьбы и подзывание. Возможны ответы детей родителям типа: «Чё? Ну чё?», чему очень удивляются, к примеру, студенты из стран Востока.

С незнакомыми взрослыми русские дети общаются гораздо более вежливо, чем со своими родителями и родственниками.

Вежливость к женщинам

Иностранцы отмечают, что русские мужчины очень вежливо общаются с незнакомыми женщинами, проявляют внимание, деликатность, оказывают физическую помощь, стараются произвести своим

вежливым и культурным общением благоприятное впечатление.

При этом те же наблюдатели указывают, что в семье русские мужчины гораздо менее вежливы к своим женам.

Вежливость к учащимся

В русской педагогической традиции учитель стоит выше учащегося, а преподаватель – студента. Коммуникативное поведение педагога в силу этого имеет черты доминантности, предполагает безусловное выполнение его требований, как связанных с учебной, так и с дисциплиной. Допускается повышение голоса, императивные конструкции. Вежливость по отношению к ученикам желательна, но не обязательна, может допускать исключения. Учитель в общении с учащимися фактически имеет право повысить голос, эмоциональность речи, допустить резкие и категоричные высказывания, предъявить категоричные требования, может нарушить некоторые общепринятые “взрослые” нормы вежливости.

Учителя оправдывают несоблюдение норм вежливости в отношении учащихся традиционными стереотипами: “Не хватает терпения”, “Довели меня” и под. Кроме того, в учительской среде бытует стереотип – “Они по-хорошему не понимают”, оправдывающий данные нарушения. Дети недовольны невежливым тоном учителя, но принимают это как должное, как традицию педагогического общения и терпят. В общении в вузах вежливость преподавателя к студентам значительно выше.

Вежливость к учителям

Невежливость к учителю рассматривается в русской коммуникативной культуре как грубейшее нарушение норм общения и поведения, требующее немедленного разбирательства и наказания. Вежливость учащихся к учителям и студентов к преподавателям поддерживается традицией, общественным мнением и самими учителями и родителями – “Ты кому грубишь – учителю?!”. Учителю нельзя грубить (тем более – преподавателю вуза). Таким образом, вежливость в педагогическом общении в русском коммуникативном поведении в определенном смысле односторонняя – *снизу вверх* она обязательна и в основном соблюдается, а *сверху вниз* допускает исключения

Учитель по отношению к учащемуся в русской коммуникативной культуре стоит вне критики, а декларированная в последние десятилетия “педагогика сотрудничества” так и не привилась на российской почве. Авторитарные отношения учителя к ученику остаются традицией в российской школе.

Вежливость обслуживающего персонала

В русском деловом общении вежливость на протяжении многих десятилетий XX века была желательной (к ней все время призывали - "Продавцы и покупатели, будьте взаимно вежливы"), но не имела места. Традиционное недовольство иностранцев и россиян уровнем вежливости обслуживающего персонала в России - неоспоримый факт. Вежливость в сфере русского сервиса была и пока остается низкой.

Дополнительным фактором, формирующим представление о невежливости русского сервиса у граждан западных стран, является улыбка русского обслуживающего персонала, что воспринимается западной культурой как невежливость. Однако улыбка в русском коммуникативном поведении не связана с категорией вежливости (об этом уже шла речь выше), она в русской коммуникативной традиции проявлением невежливости не является.

С другой стороны, невежливость российского обслуживающего персонала описывается как равнодушие к клиенту, а также возможные случаи грубости. Это действительно имеет место и объясняется привилегированным положением продавцов по отношению к покупателю в долгие годы массового дефицита товаров, продуктов и услуг в советской России.

В условиях рыночной экономики в условиях перемен в российском обществе вежливость в сфере сервиса значительно повысилась, хотя не в такой степени, в какой это необходимо для успеха рыночной деятельности, она еще далека от западной, от воплощения принципа "клиент всегда прав, даже если он не прав". Можно предположить, что вежливость в сфере русского сервиса будет повышаться.

Невмешательство

Невмешательство, понимаемое как недопустимость несанкционированного вторжения в личную жизнь собеседника, в русской коммуникативной культуре практически отсутствует. Фактически каждый русский может заговорить с каждым, может вмешаться в дела каждого. Это - проявление коллективизма, соборности русского менталитета.

Более того, русским сознанием невмешательство во многих случаях осуждается - считается, что надо вмешиваться, помогать, совершенствовать деятельность и поведение остальных членов общества. Русский человек может искренне возмутиться: "Вчера поскользнулся и упал -хоть бы кто помог, никому и дела нет".

Считается, что надо делать замечания нарушителям общественных

норм, общественного порядка- причем и людям незнакомым. Необходимо заботиться о безопасности других, в том числе незнакомых, предупреждать их о возможной опасности. Принято приходить на помощь в горе, трудностях - “чужого горя не бывает”, как гласит русская поговорка.

Внимательное слушание

Внимательное слушание в русской коммуникативной культуре желательно, к нему все время призывают, но фактически оно не соблюдается.

Иностранцев удивляет, что на многих официальных мероприятиях русские не слушают официальных докладчиков и выступающих - переговариваются друг с другом, шумят, отвлекаются (Э.Робертсон, с.20). Это связано с представлением об официальном мероприятии как о выполнении некоторого ритуала, в котором надо просто принять участие, отметить. Русский человек не любит официального, формального общения (см. выше) и полагает, что в таких ситуациях главное присутствие, а не внимание.

Вместе с тем, выступающего артиста или певца слушать обязательно - сами артисты очень обижаются, когда их невнимательно слушают, а также когда вовремя их выступления едят или пьют.

В межличностном диалоге или в групповой дискуссии русские не могут считаться внимательными слушателями. Коммуникативная доминантность, общительность, эмоциональность, бескомпромиссность часто побуждают их не к слушанию, а к перебиванию собеседника, к стремлению высказать свою точку зрения, настоять на ней, скорее вступить в спор.

Регулятивность

Регулятивность как черта русского коммуникативного поведения проявляется в том, что русские люди достаточно часто и в самых разных ситуациях пытаются регулировать поведение окружающих людей- детей (своих и чужих), которым все взрослые постоянно говорят, что надо делать и что не надо делать; знакомых, которым дают советы, как лучше поступать; незнакомых и иностранцев, которым делают замечания, предъявляют определенные требования, предупреждают о неправильном поведении и т.д.

Русский человек может открыто, в лицо предъявить претензии как знакомому, так и незнакомому ему человеку. Может потребовать соблюдения определенных норм или правил. Например: А почему вы...

С точки зрения западноевропейцев, русские постоянно вмешивают-

ся в дела других людей. Английский преподаватель сформулировал это так: “В каждой ситуации в России есть кто-то, кто хочет контролировать поведение окружающих. Обычно это бабушки”. Американский волонтер “Корпуса мира” замечает: “Каждая бабушка будет тебя ругать, что ты не оделся тепло в холодный день”.

Й.Ричмонд так об этом пишет: “Русские выглядят обязанными вмешиваться в личные дела других. Пожилые русские выговаривают совершенно незнакомым молодым мужчинам и женщинам за совершенные ошибки, используя неперсонифицированные обращения *молодой человек, девушка*. На улицах пожилые женщины выступают с добровольными советами молодым матерям по уходу за детьми. К американским родителями на улице пристали русские женщины и обвинили их в том, что они недостаточно тепло одевают ребенка для суровой зимы. Американец, ребенок которого был одет в изолирующей костюмчик, ответил в этой ситуации тем, что, расстегнув костюмчик ребенка, призвал русских женщин попробовать, насколько теплым было тело ребенка. В коллективистском обществе дело каждого - это и дело всех остальных (Одно из вмешательств, которое приветствуется и ожидается, сообщение, что у вас уши побелели - признак обморожения) (с.19-20).

Важной формой проявления регулятивности русского коммуникативного поведения является часто реализуемая возможность модифицировать поведение собеседника - делать замечания и давать указания незнакомым: Пройдите вперед! Уберите сумку! Снимите с плеча свою сумку! Подвиньтесь, пожалуйста, вперед! Станьте в сторону! Подвиньте свои вещи! и т.д. Немецкая аспирантка, вернувшись на родину после восьмилетней учебы в России (вуз и аспирантура), привыкшая к этой черте русского коммуникативного поведения, просто шокировала своих немецких сограждан в трамваях фразой: “Что вы встали, проходите дальше!”

В целом у русских допустимо (и в какой-то мере принято) регулировать поведение других в следующих областях: в общественном транспорте при посадке и высадке, в процессе поездки; в любой очереди; при рассадке в кино и театре.

Важное проявление регулятивности русского общения - наличие речевого акта замечания и высокая частотность данного типа речевого акта в русском коммуникативном поведении. К примеру, в американском коммуникативном поведении, как показали исследования К.М.Шилихиной, речевой акт замечания отсутствует.

Еще одной формой проявления регулятивности русского общения является традиция *предупреждать незнакомых о возможных непри-*

ятностях. Принято предупреждать о возможных неприятностях, подстерегающих детей (*у вашего ребенка шнурок развязался, он сейчас варежку потеряет, посадите его поудобней* и т.д.), о беспорядках в одежде (*у вас нитка висит, у вас пальто запачкалось, у вас плащ порвался и др.*), о возможных материальных потерях (*у вас батон из сумки выпадет, у вас пакет порвался*) и др. Принято рекомендовать, как лучше встать или куда сесть в транспорте, как лучше разместить багаж или ребенка (*а вы уберите сумку наверх, а вы возьмите ребенка на колени* и др.).

Стремление к достижению компромисса

Русский человек в споре либо просто в условиях некоторого различия во мнениях обычно ведет себя достаточно бескомпромиссно. Бескомпромиссность - существенная черта характера и поведения русского человека, ярко проявляющаяся в его коммуникативном поведении.

Прежде всего, русский человек *легко и охотно вступает в спор*. Ср. у Н.А. Некрасова в поэме “Кому на Руси жить хорошо”: “Сошлись семь мужиков, сошлись и заспорили”.

Как замечают иностранцы, создается впечатление, что русскому человеку необходимо во что бы то ни стало доказать собеседнику свою правоту, одержать верх в споре, заставить собеседника принять его точку зрения. Как сформулировал это коммуникативное качество русского человека английский учитель, “*русский всегда спорит на победу*”.

Для русского человека некомфортна ситуация, когда он не доспорил, не смог доказать свою правоту собеседнику. Русские люди *любят наблюдать споры, ссоры и конфликты*, обсуждать их, определять, кто лучше спорил, кто над кем одержал верх.

Если точку зрения русского человека не приняли, не признали, этот человек может серьезно расстроиться и даже *обидеться*. Интересно, что в такой ситуации, когда явно выявилось несовпадение точек зрения у двух людей, они часто считают, что между ними произошла ссора, что они поссорились.

В русской культуре очень многие люди считают, что *уступить в споре – значит потерять лицо*, оплошать в глазах свидетелей. Человек, который уступил в споре, нередко сильно переживает это сам, а также сплошь и рядом вызывает сочувствие окружающих, которые начинают его успокаивать, утешать - “его все равно не переспоришь, он такой упрямый”, “ты все равно прав, ничего ты ему не докажешь” и т.д..

Русский менталитет как бы предостерегает русского человека от

частого использования тактики соглашения - “будешь все время соглашаться - совсем тебе на голову сядут”. Русское коммуникативное сознание *плохо различает принципиальные и непринципиальные споры*, фактически потенциально возводя в ранг принципиального любой спор.

Свою точку зрения русские по сравнению с представителями западной коммуникативной культуры могут выражать достаточно *безапелляционно и решительно*, без какого-либо смягчения.

Компромиссы русское сознание считает *недостойным делом, проявлением беспринципности*. З.Бжезинский в 1991 г. на конференции “Запад-Восток” в Эстонии говорил: “Есть разница в психологии западного и восточного мышления. Для Запада компромисс – это естественное состояние, это положительная черта политического деятеля. Для восточного восприятия компромисс граничит с беспринципностью. Стоять до конца, не поступаться принципами считается доблестью и геройством”.

Об этом же пишет Й.Ричмонд: “Англо-саксонский инстинкт - сгладить противоречия, примирить противостоящие элементы, достичь чего-либо среднего как базиса жизни” (с.45), для русских это нехарактерно.

Интересно, что выражение *бесконфликтный человек*, как и более редкое - *компромиссный человек, человек компромисса* – синонимы бесхребетного, беспринципного человека, не умеющего постоять за себя, отстоять свою точку зрения, свои принципы. Понятие “терпимость” тоже часто осознается, осмысляется русским сознанием как отрицательное качество (синоним - непринципиальный, беспринципный, это тот, кто не может стукнуть кулаком по столу - а кто умеет, тот молодец)

Очень существенно для анализа коммуникативной бескомпромиссности русского человека понимание и употребление распространенного фразеологизма “*и нашим, и вашим*” – данный фразеологизм носит неодобрительный оттенок, это человек, которого русское сознание не одобряет, не принимает.

И.П.Павлов в своей знаменитой лекции “О русском уме” говорил: “У нас привязанность к идее не сочетается с абсолютным беспристрастием, мы глухи к возражениям не только со стороны иначе думающих, но и со стороны действительности”. В целом русская дискуссия очень часто носит *некооперативный характер* – говорящий думает преимущественно о своих интересах, а не об интересах обоих или всех участников общения.

Интересно, что в русском языке как отражение бекомпромиссности

русского человека существует слово *враг* для обозначения тех людей, с кем у нас конфликт или ссора: во многих других языках это слово не употребляется для обозначения личных отношений, а лишь для обозначения внешнего врага. Американцы, к примеру, предпочитают говорить “человек, который меня не любит”.

Публичное обсуждение разногласий .

В русской коммуникативной практике *можно открыто, публично высказать свое несогласие* с собеседником: “Я против!”, “Я не согласен!”, “Я с вами никогда не соглашусь!” и под., что невозможно в большинстве западных культур.

Русские коммуниканты *готовы идти на открытое противоречие* (к примеру, англичане, финны и мн. др. народы всячески скрывают в общении разногласия, стараются, чтобы они не прозвучали открыто).

Ориентация на сохранения лица собеседника

В русской коммуникативной практике собеседники очень часто не дают друг другу в споре *сохранить лицо* - оставляют его проигравшим, открыто торжествуя победу. Не принято после бытового спора или дискуссии успокаивать собеседника, обращать внимание на его чувства.

В русском языке нет специальных фраз для вежливой констатации разногласий – только “я остаюсь при своем мнении”. (У японцев, к примеру, такая фраза есть – приблизительно она переводится “сделаю надлежащим образом”).

Допустимость эмоционального спора

Эмоциональный спор в русской коммуникативной практике очень и очень возможен. Как уже отмечалось выше, эмоциональность -одна из самых ярких черт русского коммуникативного поведения. Эмоциональный спор может продолжаться у русских намного дольше, чем у других европейцев. При этом эмоциональный спор не предполагает физического оскорбления или нападения друг на друга, после долгого (по западным меркам) эмоционального спора русские могут успокоиться и продолжить разговор более спокойно.

Категоричность выражения несогласия

В русском коммуникативном поведении не только категорично формулируются мнения и точки зрения, но и довольно категорично выражается несогласие, что часто используется в русском коммуникативном поведении в общении между самыми разными типами собе-

седников: “Нет!”, “Ни за что!”, “Ни в коем случае!”, “никогда!” и под..

Любовь к критике

Русская беседа очень критична. Й.Ричмонд отмечает как одну из наиболее заметных для американцев черт русского общения то, что у русских ярко выражена любовь к критике: они очень любят критиковать, практически всё. А.Эртельт-Фиит отмечает, что русские любят критиковать свою промышленность (“разве у нас уютюги - вот “Филипс-это уютюг!”), но не любят, когда их критикуют представители других стран - тогда они сразу выступают на защиту своей страны.

Аतिकонфликтная тематика общения.

В то время как в Англии, в Германии, в США предпочитают избирать темы общения, которые не могут вызвать конфликта или в рамках которых не принято спорить, в принято соглашаться с собеседником (ср. английские разговоры о погоде), в русском общении подобных тематических табу практически нет. Темой разговора может быть любая, интересная хотя бы одному из собеседников тема, независимо от того, может ли она вызвать спор или нет. Лишь у интеллигенции иногда проявляется тактика уклонения от конфликтных тем - “давайте сменим тему”.

Настаивание на своей позиции

Настаивание на своей точке зрения достаточно широко практикуется в русском общении, это рассматривается как стремление отстоять свои принципы, проявление принципиальности в обсуждении. При этом нередко полностью отвергается точка зрения собеседника - это понимается как форма отстаивания своих интересов, их защита. Именно в силу этой черты на переговорах в свое время получил прозвище “Мистер Нет” министр иностранных дел СССР А.А.Громыко.

Категоричность формулирования проблемы

Формулирование проблемы в русском общении часто отличается категоричностью формулировки - или-или, да или нет, предлагается выбор из двух возможных вариантов, без каких-либо возможностей сформулировать компромиссное решение.

Перебивание собеседника

Хотя это считается невежливым и даже оскорбительным, на практике перебивание собеседника в русской коммуникативной практике встречается очень часто. В русском коммуникативном поведении до-

пустимо перебивание разговаривающих, чтобы задать вопрос одному из них или обоим, в равной мере можно перебить как знакомых, так и незнакомых (при перебивании необходимо извиниться, но перебить все равно можно): *простите, я вас на секундочку перебью...*

Допустимость инакомыслия

К инакомыслию в российском обществе и в общении относятся негативно. Выражение необщепринятой точки зрения очень часто вызывает непонимание, настороженность, а то и враждебность. Это обусловлено соборным менталитетом русского человека - русский человек считает, что большинство, коллектив, общество всегда правы, они не могут ошибаться. Русскому человеку очень трудно идти в своем мнении против коллектива, против большинства, а тем более выражать иную, отличающуюся от господствующей политическую идею.

И.П.Павлов писал, что в России нельзя говорить против общего мнения: “Стоит кому-либо заговорить не так, как думаете вы, и сразу предполагаются какие-то грязные мотивы, подкуп и т.д.”, стаскивают с места, называют шпионом и т.д.”.

К инакомыслящим российское общество относится с некоторой жалостью, как к людям, которые не понимают очевидного. Инакомыслящие - это белые вороны, вызывающие сожаление и какую-то жалость, близкую к подозрению на ненормальность. Не случайно в России политических диссидентов прятали в психбольницы. Й.Ричмонд пишет (с. 21 и след.), что в России индивидуализм подчинен общему благу, а в Америке - это основное, его защищают законы. “В России, создание консенсуса, либо в религии, либо в политике, рассматривалось как желательное, а диссиденты считались странными - если иногда не умственно нездоровыми - за отказ присоединиться к нему” (с.30).

Для русского человека скорее характерна склонность поддержать общее мнение, обычай присоединяться к общему мнению, нежели во что бы то ни стало отстаивать против всех свою точку зрения. Он скорее предпочтет уйти из коллектива или компании, где он остался со своим мнением в одиночестве, нежели продолжать защищать свое мнение, оставаясь “внутри”.

Допустимость откровенного разговора по душам

Для русского человека приоритетен *разговор по душам*. Иностранцу очень трудно объяснить, что это такое. Разговор по душам - это, прежде всего, разговор, начисто лишенный всякой официальности, формальности.

Это длинный, без ограничения во времени, эмоциональный разговор двух людей, в медленном, задушевном темпе, негромко. Возможно прикосновение друг к другу. Это разговор преимущественно дома, в неформальной одежде, за едой или выпивкой, когда обе стороны жалуются друг другу на жизнь и клянутся в дружбе и поддержке, взаимопонимании, с обсуждением всех личных, в том числе психологических проблем, включая проблемы личной, интимной жизни. Любые темы допустимы, фактически нет тематических табу, могут задаваться любые вопросы

Русские люди любят изливаться, выворачивать душу собеседнику, не стесняются это делать, не стесняются рассказать о сокровенном, могут излить душу постороннему, попутчику в поезде.

Русский человек раскроет собеседнику свою душу, но любит заглянуть и в душу собеседнику. Существенно, что русский человек может серьезно обидеться, если собеседник не пускает его к себе в душу - таких людей не любят, считают, что они скрывают что-то плохое. Отсутствие разговора по душам в ситуации долгого разговора один на один рассматривается как уклонение от искренности. Русский человек склонен рассматривать такой разговор как коммуникативную неудачу.

Человек, уклоняющийся от разговора по душам, оценивается негативно - он неискренен, не отвечает взаимностью. Это подозрительный, "не наш" человек.

Широта обсуждаемой информации

В общении русские проявляют большой интерес к широкому кругу проблем, касающихся самых разных сторон жизни. Вопросы, обращенные к собеседнику, по тематике могут быть практически неограниченны и касаться самых разных сторон жизни. Круг обсуждаемых тем очень широк: политика, мораль, экономика, выборы, преступность, воспитание детей.

Для русского человека характерно любопытство, стремление к широкой информированности. Русские люди всегда задают много вопросов. Особенно много вопросов задают новым людям, иностранцам. Наиболее любопытно сельское население, люди менее образованные, женщины-соседки.

Для русского человека характерна также любовь к обсуждению третьих лиц. Знакомые, обсудив при встрече свои новости, часто переходят на общих знакомых; типичны такие вопросы как: -А что слышно о Сергее? А ты не знаешь, как дела у Татьяны? и т.д. Это тоже ведет к высокой информированности русских людей о близких и дальних

знакомых.

Распространенная стратегия в разговоре с новым знакомым - поиск общих знакомых. Только что познакомившиеся люди часто спрашивают друг друга: - А вы знаете такого-то? А такого-то? Он, по-моему, работает с вами вместе. Или: - Вы работаете в университете? А я знаю в университете такого-то. Вы его не знаете?

В русском общении мало табу, очень широк круг обсуждаемых тем, особенно в сравнении с Западом.

Для русских людей характерна высокая информированность по большинству тем, готовность обсуждать самые разные вопросы и наличие знаний и мнений по всем темам, возникающим в общении. Иностранцы отмечают, что у русских есть собственное мнение по большинству вопросов, которые могут стать предметом обсуждения.

Русские готовы делиться информацией и охотно это делают в самых различных коммуникативных ситуациях (особенно- в дальней дороге), они хотят рассказать, охотно рассказывают окружающим о том, что знают интересного, о новых событиях и т.д. Русскому человеку в принципе нужно знать больше, чем ему необходимо для практической жизни, это очень яркая коммуникативная черта русского человека. В связи с этим русский человек гораздо более информирован по широкому кругу вопросов, чем люди Запада- русские много знают о мире, других странах, их культуре и обычаях, а также о своих коллегах и соседях..

Для русского общения характерна ситуативно-тематическая свобода общения: у русских нет жесткой закреплённости тем за ситуациями. Иностранцы говорят: странные люди русские - дома говорят о работе, а на работе - о домашних делах.

Интимность запрашиваемой информации

По сравнению с Западом информация, которую старается получить от собеседника русский человек, бывает очень интимной (в западном понимании).

У русских допустимо и принято спрашивать о возрасте, зарплате собеседника, о его политических предпочтениях, за кого голосовал или будет голосовать, о его семейном положении, наличии детей, где он живет (вплоть до улицы и номера дома), какая у него квартира, есть ли машина и дача, где и кем работает, если преподаватель - что он преподает и что это за предмет, о родителях собеседника, их здоровье, месте жительства, источнике существования. Допустимы вопросы, касающиеся религиозности человека, можно спросить, к какой конфессии он принадлежит.

Не запрещены (хотя и редки) вопросы о физическом состоянии человека, его росте, весе, заболеваниях. Подобные вопросы крайне редки в западной коммуникативной традиции.

Интимность сообщаемой информации

Иностранцы многократно отмечали, что русские делятся даже с незнакомыми людьми сведениями, относящимся сугубо к их личной жизни, не делают тайны из своего возраста, семейного положения, проблем с детьми, своей зарплатой, сообщают место работы и где еще подрабатывают и т.д.

Широта сообщаемой информации

Русский человек в разговоре даже с малознакомым собеседником может оказаться очень искренен и словоохотлив и может очень много рассказать о себе, даже если его об этом не спрашивают и собеседнику эти сведения не нужны или даже не интересны. Он может без всяких наводящих вопросов поделиться с собеседником самыми разнообразными сведениями, которыми сам располагает и которые, как он считает, могут заинтересовать собеседника.

Настойчивость в получении информации

Русские сами много рассказывают о себе, но ждут и ответной откровенности от собеседника.

Если на заданные вопросы собеседник не отвечает или отвечает уклончиво, русский человек обижается, причем может об этом прямо сказать: “Виджу, не хотите говорить, где вы работаете”, или “Ну не хотите говорить, сколько получаете - не надо”.

Иногда в конце разговора русский может внезапно для собеседника сказать - “А так вы мне и не сказали, кем вы работаете” - это означает, что русский человек не получил ответной откровенности и искренности в общении, на которую он рассчитывал.

Стремление к постоянному получению новой информации

Русский человек постоянно делится новой информацией, которую он получил и ждет, что другие аналогично поделятся информацией с ним.

Проблемность повседневного, бытового общения

Для русской коммуникативной культуры нехарактерна беспроblemность бытового общения, свойственная Западу. Русскими обсуждаются слишком серьезные с точки зрения Запада темы, причем даже

в гостях, что особенно удивляет иностранцев. В гостях обсуждаются очень абстрактные с точки зрения иностранцев темы - воспитание детей, моральные проблемы, политические вопросы, то есть вопросы, не связанные с непосредственными повседневными нуждами и проблемами собравшихся. Э.Робертс отмечает, что русская беседа всегда нетривиальна - через несколько минут предметом обсуждения становится смысл жизни, может начаться философская дискуссия (с.60)

В русском коммуникативном поведении допускается предъявление в общении с другими людьми своих проблем и перекладывание их на другого: “Что мне делать, не знаю”, “Что же мне делать?”. В таких случаях у русских не принято отвечать как на Западе : “Это твои проблемы”.

В бытовом разговоре можно ставить перед собеседником трудные проблемы, задавать вопросы, поднимать темы, которые могут в принципе вызвать несогласие собеседника, привести к спору. У англичан, к примеру, этого делать нельзя, у немцев не принято.

Оценочность общения

В общении русские постоянно раздают оценки - ситуациям, событиям, третьим лицам и даже своим собеседникам. Эти оценки очень частотны и в равной мере позитивны и негативны. Оценки высказываются открыто, без смягчения, в том числе и отрицательные.

Часто русские в разговоре относят людей к *категориям* - прямо называют человека по его качествам: нахал, эгоист, тупица, бездарь, дурак и т.д. В русском общении по сравнению с западным более часто вспоминают плохое, негативные факты, дают отрицательные оценки. Русский человек любит оценивать по биполярной шкале *-хорошо-плохо*, без оттенков. В русском общении можно высказать негативную оценку ситуации и оставить с ней собеседника.

Коммуникативный пессимизм

Данная черта отмечается большинством иностранцев.

Й. Ричмонд отмечает, что у русских принято приветствовать “Как дела”, а отвечать “Ничего” - что значит “ничего плохого не случилось” (Й.Ричмонд переводит это выражение на английский как *not too bad* - “не слишком плохо”). Редко встретишь русского, пишет Й.Ричмонд, кто ответит “хорошо” или “отлично”. Даже если у кого-то все действительно хорошо, он не скажет ничего более волнующего, чем *ничего* или *нормально*. Только из дальнейшей беседы, пишет Й.Ричмонд, можно понять, что у него действительно все хорошо (с. 41). Традиционно на вопрос “Какой будет урожай” в России отвечают: - Так

себе, мало; плохо; плохо в этом году и т.д.

Русские люди охотно рассказывают о своей плохой жизни приезжающим начальникам, журналистам, американцы - наоборот.

Дискуссионность общения

В русском общении традиционно большое место занимают споры.

Русский человек любит спорить по самым различным вопросам, как частным, так и общим. Любовь к спорам по глобальным, философским вопросам - яркая черта русского коммуникативного поведения. Китайская переводчица говорила: "Русские спорят по таким абстрактным вопросам... Например, как надо воспитывать детей, надо ли приватизировать землю". Добавим к этому хрестоматийный спор из поэмы Н.А. Некрасова на тему "Кому живется весело, вольготно на Руси?"

Русского человека легко втянуть в спор, он обычно с готовностью высказывает свое мнение по любому вопросу, если его просят это сделать.

Русские не стараются всеми силами избежать спора, как англичане. Как уже отмечалось нами выше, у англичан - дурной тон проявлять эрудицию и яростно спорить за обеденным столом - сочтут за чудака-эксцентрика или дурно воспитанного человека.

Русский человек может вступить в спор незнакомых людей, если считает, что они высказывают неправильную точку зрения.

Русский человек любит наблюдать и оценивать споры, дискуссии, ссоры, обсуждать и комментировать конфликты, их результаты, кто как себя вел и правильно ли, определять, кто прав, а кто не прав, кто лучше спорил, кто кому сумел доказать свою точку зрения, а кто кому нет. Русские люди нередко обсуждают результаты наблюдавшихся ими споров и конфликтов как спортивные соревнования.

Достаточно распространен в русском общении такой речевой жанр как выяснение отношений - крайне эмоциональный спор с взаимным предъявлением претензий друг другу.

Иностранцы очень удивляются тому, что русские могут горячо спорить друг с другом в гостях, причем эмоциональный накал спора может достичь очень высокой точки, но к удивлению наблюдателей, такой спор никогда не приводит к обидам или разрыву отношений - спорщики тут же садятся вместе снова за стол и дружеское общение продолжается как ни в чем не бывало. Китайская переводчица говорила: "Китайцы после такого спора год бы друг с другом не разговаривали".

Сосредоточенность спора на решении проблемы

Разумеется, в русском коммуникативном поведении представлены споры, которые ведут к решению проблемы. Однако значительная доля русских споров - споры на абстрактные темы, не относящиеся непосредственно к сфере непосредственных практических интересов участников спора, не связанные с решением практических задач сегодняшнего дня. Русский спор очень часто не направлен на решение практических задач, в решении которых должны непосредственно принять участие спорящие, а относится к глобальным проблемам, представляющим интерес для страны, человечества, будущего.

Русского человека часто интересует спор не как средство нахождения истины, а как умственное упражнение, как форма эмоционального, искреннего общения друг с другом. Именно поэтому в русской коммуникативной культуре спорящие столь часто теряют нить спора, легко отходят от первоначальной темы.

Обсуждение многих производственных проблем на совещаниях в коллективах часто заканчиваются принятием самых общих решений - *повысить, усилить, обратить особое внимание* и т.д. либо решения принимаются вообще не для выполнения, а для отчета, “для протокола” - чтобы засвидетельствовать, что вопрос обсудили.

Комплиментарность общения

В русской коммуникативной культуре комплименту отводится незначительно место. Compliments используются в основном в среде высокообразованных людей, и то не очень часто; считается также, что сфера комплиментов - это преимущественно сфера общения мужчин с женщинами, и говорить комплименты - преимущественно мужское дело.

Русские коммуниканты в общем не умеют говорить комплименты, используют чаще всего стандартные формы (в основном - “вы прекрасно выглядите”), а “объекты комплиментов” испытывают трудности в реагировании на сказанный в их адрес комплимент - в русском языке, кроме стандартного *спасибо*, нет речевых формул, которые позволили бы вежливо принять комплимент.

Комплименты в русской коммуникативной культуре многими рассматриваются как проявление неискренности, как неискренняя похвала, в силу чего они как бы оказываются чуждыми русской культуре. В русском общении допустимо разоблачение комплимента - “спасибо за комплимент”, “умеете вы сказать комплимент женщине”, что сводит действие комплимента на нет.

Доля юмора в общении

Доля юмора в общении русского человека весьма значительная.

У американцев присутствует повседневный, сиюмоментный юмор ситуаций - они все время немного подшучивают друг над другом дома, в семье, на работе. У русских это не принято, ежеминутное остроумие не в чести - таких людей считают клоунами, несерьезными. Но в других условиях этими же людьми восхищаются - когда все отдыхают, сидят за столом и т.д. Несмотря на бытовую неулыбчивость, русские - люди веселые и жизнерадостные, но для проявления жизнерадостности им необходимы определенные условия - хорошее настроение и хорошая компания. В этих условиях русское общение становится очень веселым, доброжелательным и остроумным.

В русской культуре велика роль юмора в общении в гостях. Ценятся веселые, жизнерадостные собеседники, рассказчики анекдотов. Если рассказывали много анекдотов, шутили, все много смеялись -это был прекрасный вечер.

Степень табуированности в общении

Для русского общения количество тематических и речевых табу по сравнению с западными коммуникативными культурами сравнительно невелико, причем и имеющиеся табу скорее мягкие, чем жесткие.

Не принято смеяться и улыбаться, находясь среди людей, у которых есть какие-то тяжелые проблемы (крупные неприятности, проблемы со здоровьем - собственным или близких), говорить о проблемах секса в присутствии детей, за столом не принято говорить о проблемах с желудком, в компании не принято говорить о психических и сексуальных заболеваниях знакомых людей.

Обычно не принято, чтобы женщины рассказывали анекдоты и произносили тосты, если за столом есть мужчины.

Вместе с тем не табуированы:

служебные разговоры дома, разговоры о домашних делах на работе;

звонки домой по служебным делам, а на работу -по личным;

вопросы о возрасте, о его семейном положении, наличии детей, где он живет (вплоть до улицы и номера дома), какая у него квартира, есть ли машина и дача,

вопросы о профессии и должности собеседника - где и кем работает, если преподаватель - что он преподает и что это за предмет, о профессии и месте работы жены или мужа, детей;

вопросы о родителях собеседника, их здоровье, месте жительства,

источнике существования;

вопросы о политических взглядах и предпочтениях собеседника , за кого голосовал или будет голосовать на выборах,

о зарплате собеседника, источниках его дополнительного заработка;

допустимы вопросы, касающиеся религиозности человека, можно спросить, к какой конфессии он принадлежит;

Не запрещены (хотя и редки) вопросы о физическом состоянии человека, его росте, весе, заболеваниях.

Все перечисленные темы обычно табуированы (жестко или мягко) в западной коммуникативной традиции.

Стремление к постоянству круга общения

Русские, особенно среднего возраста и старшего возраста любят старый круг друзей, любят встречаться с друзьями молодости, сокурсниками, сокурсниками, просто с теми, с кем давно поддерживают связи.

“Не за огонь люблю костер, за старый круг друзей”, - поется в популярной русской бардовской песне.

“Старый друг лучше новых двух”, - гласит популярная русская поговорка.

В общем разговоре русские стараются больше узнать о старых общих знакомых, которых давно не видели - это популярная тема общения: “А что слышно о Сереже?” “А что слышно про Татьяну?” “А как дела у нашего Вити?” и т.д.

Молодежь, как и везде, предпочитает новые связи, новые знакомства.

Соотношение группового общения и диалога

Для русской молодежи *приоритетно* групповое общение, для среднего и старшего поколения - *предпочтительнее* групповое общение.

Любовь к групповому общению - яркая черта русской коммуникативной культуры. Русский человек, если ему не о чем говорить в гостях , если беседа идет трудно, натужно, постарается скорее всего завершить общение и отправиться домой. В гостях общение – основная цель посещения; если мало или плохо, без удовольствия пообщались, значит плохо погостили.

Общение в группе должно идти непрерывно, никто в компании не должен уединяться, сидеть отдельно от всех, заниматься своим делом. Не принято ни пить отдельно от всех, ни есть отдельно от других.

Тосты играют в русском застолье объединяющую роль, они всегда объединяют сидящих за столом, а также “присоединяют” к компании других людей, которых здесь нет, но которых собравшиеся вспоминают.

Стол, за которым сидит русская компания, всегда должен быть один, не принято одной компании сидеть за разными столиками - ни дома (всегда приставят дополнительный стол к основному, из чего-нибудь соорудят единый стол и застелят одной скатертью, чтобы подчеркнуть единство), ни в ресторане (столики сдвинут).

Предпочитаемые группы общения

Группы общения могут быть подразделены на следующие типы : сверхмалая группа (1 -2 собеседника), малая группа (3 -5 собеседников), средняя группа (6-10 собеседников), большая группа (более 10 собеседников) .

Интеллигенция и старшее поколение предпочитают сверхмалые и малые группы общения, молодежь - средние и большие группы. Среднее поколение - малые и средние группы. В условиях праздничного общения россияне предпочитают средние и большие группы, более старшие - малые и средние.

В целом русская коммуникативная культура может быть охарактеризована как предпочитающая малые и средние группы общения.

Дистанция общения

По сравнению с дистанцией в западных коммуникативных культурах русская коммуникативная дистанция описывается как короткая. Й. Ричмонд характеризует русскую дистанцию общения как очень короткую, по сравнению с Западом. Русские, по его наблюдениям, часто стоят ближе 12 дюймов (30 см.), для американцев это некомфортно.

Физический контакт собеседников

Русская коммуникативная культура относится к контактному культурам. В процессе разговора русские могут дотронуться до собеседника - прикоснуться к его руке, плечу, предплечью, обнять или полубоить собеседника (особенно младшего, женщину), взять за руку.

Физический контакт с собеседником в русском коммуникативном поведении носит контактно-риторический характер. Все описанные выше невербальные сигналы демонстрируют положительное эмоциональное отношение к собеседнику, стремление продемонстрировать к нему положительное отношение, установить и поддержать контакт с ним, а также усилить эмоциональное воздействие речи, обращенной к

собеседнику, придать ей характер достоверности, искренности. Как правильно отмечает Й.Ричмонд, дотрагивание до собеседника у русских означает, что все идет хорошо.

Возможно прикосновение корпусом к незнакомому человеку - в транспорте, в очереди. Это не является нарушением суверенитета личности, как в европейских и американской коммуникативной культурах, а также не является сигналом к каким-либо действиям. Немецкая исследовательница А.Эртельт-Фиит описывала удивление немецких девушек, которых в метро толпа прижала к двум русским молодым людям, но те не стали к ним “приставать” - в немецкой коммуникативной культуре описанная ситуация предполагала бы такую возможность.

“Физический контакт с полными незнакомцами - анафема для американцев - не беспокоит русских. В толпах они дотрагиваются, толкаются, отталкивают, и даже используют локти без особых угрызений совести”, пишет Й.Ричмонд.(с. 17). ... Люди толкались при посадке на паром, но контролер не проявлял беспокойства и все двигались в постоянном темпе. Нельзя терять темп - французы потеряли и был скандал.... Привыкшие к физическому контакту, русские мужчины, как и женщины, держатся за руки, гуляя по улицам и дотрагиваются при разговоре. Женщины танцуют с женщинами, когда недостает кавалеров или их не пригласили. Русские мужчины обнимают и целуют друг друга, в щеку или даже в губы - я на себе ощутил однажды мужской поцелуй в губы после долгого и приятного праздничного вечера” (с. 18).

Интенсивность жестикуляции

Русские относятся к средне жестикулирующим народам, но по сравнению с жестикуляцией большинства западноевропейцев жестикуляция русских действительно заметна. Й.Ричмонд отмечает, что русские больше жестикулируют, чем американцы.

Молодежь и низкие социальные слои жестикулируют больше, чем средний и старший возраст, более образованные слои общества. Многие жесты русские выполняются более эмоционально и с большей интенсивностью, чем европейцы.

Размах жестикуляции

В сопоставлении с европейской коммуникативной культурой размах русской жестикуляции несколько шире. Многие жесты выполняются вытянутой, а не полусогнутой рукой, как в Европе. У русских меньше жестов около лица и головы и больше жестов у груди и вокруг

тела.

Эмоциональность жестуляции

Количество эмоциональных жестов в русском общении достаточно велико и они более эмоциональны, чем в Европе.

Интенсивность жестуляции

Мимическое поведение русского человека в сравнении с мимикой западноевропейца достаточно ярко выражено, а сами мимические сигналы в виду искренности и эмоциональности русского человека в общении носят более интенсивный характер, чем у сдержанных европейцев.

Искренность мимики

Мимика русского человека характеризуется высокой искренностью. На лице у русского человека практически всегда видно, как он в данный момент относится к собеседнику, какое у него настроение. Нетипична мимика отстраненности, подчеркнутой вежливости - любые мимические сигналы, скрывающие истинное эмоциональное состояние говорящего.

Неискренняя мимика, как и мимика сдержанности, осуждаются в русской культуре - если о человеке говорят, что “у него на лице никогда ничего не написано”, “на челе его высоком не отразилось ничего”, “ни один мускул не дрогнул у него на лице”, “он и бровью не повел” и под. - чаще всего это свидетельствует о том, что данного человека воспринимают как неискреннего, что-то скрывающего от окружающих, а такое поведение осуждается.

Громкость ведения разговора

Для европейцев громкость русского общения достаточно заметна. Отмечается, что с повышенной громкостью часто разговаривают подростки, взрослые с детьми, а также русские женщины.

Возможность повышения громкости речи

Многими наблюдателями и исследователями отмечается, что русское общение может приобретать очень эмоциональный характер, причем возможны довольно длительные эмоциональные диалоги и споры, вовремя которых громкость общения поддерживается на высоком уровне длительное время.

Повышение голоса отражает в таких случаях повышенную эмоциональность общения, но далеко не обязательно авторитарность и враждебность к собеседнику.

Темп ведения разговора

В сравнении с западноевропейскими коммуникативными традициями темп русского общения может быть определен как средний. Медленнее говорят скандинавские и прибалтийские народы, быстрее – французы.

Возможность повышения темпа речи

Если громкость и эмоциональность речи могут спонтанно повышаться в русском диалоге, то темп повышается редко. Длительная речь в повышенном темпе для русского общения нехарактерна.

Русский коммуникативный идеал

Коммуникативный идеал – это совокупность признаков собеседника, которые люди, принадлежащие к определенной коммуникативной культуре, рассматривают как желательные, приятные, обеспечивающие положительное отношение к собеседнику, желание вступить с ним в коммуникативный контакт, поддерживать коммуникативные отношения.

Под *коммуникативным идеалом*, таким образом, понимается стереотипное представление об идеальном собеседнике, присутствующее в коммуникативном сознании народа. Коммуникативный идеал является важной составляющей национального коммуникативного сознания и во многом определяет рецептивное коммуникативное поведение народа.

Коммуникативный идеал народа – исключительно любопытное явление, которое, тем не менее, остается малоизученным. Коммуникативный идеал может быть определен экспериментально (см.: И.А.Стернин. Русский коммуникативный идеал (экспериментальное исследование) / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2. С.-Петербург, 2001, с.9-13).

Проведенное исследование показало, что русский коммуникативный идеал по данным опроса 103 испытуемых (Идеальный собеседник – какой?) выглядит следующим образом (реакции даются с указанием количества упоминаний данного признака всеми испытуемыми, указаны реакции, встретившиеся не менее 5 раз, признак *умеет слушать* представлен цифрой, превышающей число испытуемых в связи с тем, что многие испытуемые дублировали данный признак в своих ответах, что также показательно):

1. Умеет слушать 111
2. Умный, образованный, компетентный, эрудированный 103
3. Веселый, с чувством юмора, оптимист 56
4. Вежливый, воспитанный, с хорошими манерами, негрубый, тактичный 43
5. Культурно, красиво говорит, грамотный, хороший русский язык 41
6. Понимающий, способный понять 28
7. Дружелюбный, доброжелательный 27
8. Общительный, легкий в общении 22
9. Умеет не спорить, соглашаться, ищет консенсус, не навязывает свою точку зрения 15
10. Интересный, с разносторонними интересами 12
11. Откровенный, открытый, искренний 12
12. Спокойный, сдержанный 12
13. Умеет дать совет 7
14. Физически опрятный, аккуратный, приятно одет 7
15. Интеллигентный 7
16. Умеет убедить, владеет способами доказательства 6

Анализ данного перечня показывает, что подавляющее большинство признаков коммуникативного идеала, выделенные испытуемыми, отражает идеализированное представление о *толерантном собеседнике*.

Напрямую это представление отражают признаки *умеет слушать, вежливый, воспитанный, с хорошими манерами, тактичный, не грубый, культурно говорит, понимающий, способный понять, дружелюбный, доброжелательный, умеет не спорить, соглашаться, ищет консенсус, не навязывает свою точку зрения, спокойный, сдержанный, интеллигентный;*

косвенно – *общительный, легкий в общении, откровенный, открытый, искренний, веселый, с чувством юмора, оптимист.*

Из ядерных признаков коммуникативного идеала (то есть отмеченных испытуемыми по 5 и более раз), составивших в общей сумме массив объемом 499 единиц, 243 признака прямо отражают представление о толерантности собеседника (49%), а 90 – косвенно (18%). Таким образом, фактор толерантности составляет практически половину всех выделенных признаков, а с косвенными признаками – 67%, то есть почти две трети.

Из оставшихся факторов отметим фактор интеллекта (21%), фактор качества речи (8%), фактор широты интересов (2,5%), фактор коммуникативной эффективности – умеет дать совет, умеет убедить, владеет способами доказательства (2,5%).

Подводя общий итог проведенного эксперимента, можно, видимо, констатировать, что налицо толерантность как ведущая черта русского коммуникативного идеала. Русское коммуникативное сознание ищет идеал в толерантном собеседнике, в таком, который выполнял бы роль внимательного, вежливого слушателя. Это, по-видимому, обусловлено такими национальными чертами русского коммуникативного поведения как высокая общительность, высокая коммуникативная активность русского человека, бескомпромиссность в споре, эмоциональность и искренность, стремление увеличить свой речевой вклад, завладеть коммуникативным вниманием, коммуникативный центризм русского человека.

Данные эксперимента, несмотря на их предварительный и ограниченный характер, свидетельствуют, что русское коммуникативное сознание готово к восприятию идеи толерантности.

Заключение

Итак, наша книга подошла к концу. Мы рассмотрели основные понятия науки о речевом воздействии – общение и его виды, функции общения, основные тенденции развития современного общения, механизмы восприятия человека человеком в общении.

Было обосновано понятие коммуникативной грамотности и коммуникативного поведения, а также коммуникативной культуры личности и коммуникативной позиции.

Речевое воздействие было определено как наука об эффективном общении, раскрыты ее задачи, структура, определена основная терминология.

Разграничены законы, правила, принципы и приемы общения, описаны основные коммуникативные законы и принципы.

Определено понятие коммуникативного поведения как совокупность норм и традиций общения народа, обосновано понятие национального коммуникативного сознания и описаны доминантные особенности коммуникативного поведения некоторых народов, в том числе более подробно - особенности русского коммуникативного поведения.

В следующей монографии серии «Речевое воздействие» - «Основы

речевого воздействия» будут описаны конкретные правила и приемы эффективного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Литература

1. Advances in personal relationships. Ed. By Warren H.Jones, Daniel Perlman.Vol. 1, London,1987.
2. Bolton Mary and John. The complete book of etiquette. London, 1990.
3. Brosnahan, Leger. Russian and English nonverbal communication. М., 1998.
4. Ertelt –Fieth A.. Kulturvergleichende Analyse von Verhalten, Sprache und Bedeutungen in Moskauer Alltag. Frankfurt am Mein, 1987.S.128.
5. Monahan Barbara. A Dictionary of Russian Gesture.Tenafly, 1983.
6. Richmond Yale. From nyet to da: understanding the Russians. Yarmouth, Main. USA, 1992.
7. Roberts Elisabeth. Xenophobe’s guide to the Russians. London, 1993.
8. Tannen D. Gender and discourse. Oxford, 1994.
9. Ter-Minasova Swetlana. Language, linguistics and life. A view from Russia. Moscow, 1996.
10. Tubbs S., Moss S. Human communication. N.Y., 1987.
11. Абалкина М.А., Агеев В.С. Анатомия взаимопонимания. М, 1990.
12. Авдеев В. Психотехнология решения проблемных ситуаций. М., 1992.
13. Акишина А.А., Акишина Т.Е. Этикет телефонного разговора. М, 1990.
14. Акишина А.А., Кано Х., Акишина Т.Е. Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь. М. ,1991.
15. Ахсельрод А, Хольти Дж. 201 способ победить в ситуациях трудного общения. Челябинск, 1999.
16. Алексеев А.П. Аргументация. Познание. Общение. М, 1991.
17. Алпатов В.М. Категории вежливости в современном японском языке. М., 1973.
18. Анджелис Б. Секреты о мужчинах, которые должна знать каждая женщина. М, 1984.
19. Анджелис Барбара де. Как изменить свою жизнь.М., 2000
20. Андреев В.И. Деловая риторика. М, 1995.
21. Анисимова Т.В. Деловое общение: речевой аспект. Волгоград, 2000.
22. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика, Ч.1-2. Волгоград, 1998.
23. Аронсон Э. Общественное животное. М., 1998.
24. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата. Известия АН СССР. ОЛЯ, 1981, т. 40, № 4.
25. Аспекты речевой конфликтологии. С.-Пб, 1996.
26. Атватер И. Я вас слушаю. М., 1984.
27. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. Минск, 2000.
28. Батаршев А.В. Психодиагностика способности к общению или как определить организаторские и коммуникативные качества личности. М., 1999
29. Белл Р. Социолингвистика. М, 1981.
30. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М, 1988.
31. Беспмятнова Г.Н. Языковая личность телевизионного ведущего. Автореферат дисс. ... канд.филол наук. Воронеж, 1994.
32. Бессер-Зигмунд К. Магические слова. С. _Пб., 1997.
33. Билтон П. Эти странные швейцарцы. М., 2000
34. Блум Ф.и др. Мозг, разум и поведение. М., 1988.
35. Богданов В.В. Речевое общение. Л., 1990.
36. Бодалев А.А. Личность и общение. М, 1983.
37. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. М., 1996.

38. Бородин Ф.М, Коряк Н.М. Внимание – конфликт! Новосибирск, 1983.
39. Бринкман Р., Кершнер Р. Гений общения. С.Пб, 1997.
40. Бронштейн М. Возможны ли компромиссы в стране большевиков? // “Известия”, 24 июля 1991.
41. Бронюс Айсмонтас. Психология общения. М., 1996.
42. Бэндлер Р., Гриндер Д., Сатир В. Семейная терапия. Воронеж, 1993.
43. Вайсбах Х., Дакс У. Эмоциональный интеллект. М., 1988.
44. Вилсон Г., Макклаффин К. Язык жестов. Путь к успеху. С.-Пб, 2000.
45. Власова А.А., Сементовская В.К. Деловое общение. М, 1980.
46. Ворожейкин И.Е. и др. Конфликтология. М., 2000.
47. Все об этикете. Ростов-на-Дону, 1995.
48. Вудкок М., Фрэнсис Д. Раскрепощенный менеджер. М., 1991.
49. Гарнер А, Пиз А. Язык разговора. Как разговаривать, чтобы договориться. Как совместить радость общения и пользу убеждения. М, 2000.
50. Гольдин В.Е. Обращение: теоретические проблемы. Саратов, 1987.
51. Гольдин В.Е. Этикет и речь. Саратов, 1978.
52. Горелов И.Н. и др. Умеете ли вы общаться? М, 1991.
53. Грайс П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М, 1985, вып.16.
54. Григорьева Т.Г. Основы конструктивного общения. Практикум. М., 1997.
55. Гришина Н.В. Я и другие. Общение в трудовом коллективе. М., 1990.
56. Гуревич П.С. Приключения имиджа. М., 1991.
57. Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения. М, 1996
58. Добрович А.Б. Общение: наука и искусство. М, 1980.
59. Добротворский И. Как найти себя и начать жить. М., 1994.
60. Дольник В. Непослушное дитя биосферы. М., 1994.
61. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М., 1997.
62. Дэна Д. Преодоление разногласий. С.-Пб, 1994.
63. Егидес А. Психотехника общения. «Воспитание школьников», 1995, № 4-6, 1996, № 1-3, 5.
64. Журавлев В.И. Основы педагогической конфликтологии. М, 1995
65. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов, М. 1990. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999.
66. Каган М.С. Мир общения. М, 1988.
67. Камычек Я. Вежливость на каждый день. М., 1986.
68. Кан-Калик В.А. Грамматика общения. Грозный, 1988.
69. Кан-Калик В.А. Основы профессионально-педагогического общения. Грозный, 1979.
70. Кан-Калик В.А. Учителю о педагогическом общении. М., 1987.
71. Карнеги Дейл. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как перестать беспокоиться и начать жить. М., «Прогресс», 1989 г.
72. Касьянова К. О русском национальном характере. М., 1994, с.250
73. Касьянова К.. Если Магомет не идет к горе.../ "Знание - сила", 1992, N 1, с.15-23
74. Кент М. Как выйти замуж. Воронеж, 1993.
75. Клорнелиус Х, Фэйр Ш. Выиграть может каждый. М, 1992.
76. Кнебель Х. Правильно ли я веду себя при устройстве на работу? М, 1996.
77. Козлов Н. Как относиться к себе и людям. М., 1994
78. Козлов Н. Простые истины. М., 1996.
79. Кон И.С. Социология личности. М., 1967.
80. Крижанская Ю.С., Третьякова В.П. Грамматика общения. Л, 1990.

81. Криксунова И. Создай свой имидж. С.Пб., 1997.
82. Кроль Л.М., Михайлова Е.Л. Человек-оркестр. Микроструктура общения. М, 1993.
83. Ксенчук Е.В., Киянова М.К. Технология успеха. М, 1993.
84. Кузин Ф.А. Культура делового общения. М, 1996.
85. Курс практической психологии. Сост. Р.Р.Кашапов. Ижевск, 1996.
86. Ладанов И. Управление стрессом. М., 1989.
87. Лапотько А.Г. Риторика: методические указания. Воронеж, 1992.
88. Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. М, 1993.
89. Лебедева М.М. Уметь вести переговоры. М., 1991.
90. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М., 1999.
91. Леви В. Искусство быть другим. М., 1981
92. Леви В. Я и мы. М., 1973.
93. Лефевр В.А. Конфликтующие структуры. М. 1973.
94. Линденфильд Г. Как справиться с гневом. М., 1997.
95. Лозовский Б.Н. Искусство взаимопонимания. Свердловск, 1991.
96. Лоней Д. Эти странные испанцы. М., 1999.
97. Львова С.И. Язык в речевом общении. М., 1991.
98. Майол Э., Милстед Д. Эти странные англичане. М., 1999
99. Марасанов Г.И. Социально-психологический тренинг. М., 1998.
100. Межличностное восприятие в группе. М, 1981.
101. Меликян С.В. Молчание в русском общении // Коммуникативное поведение. Финское и русское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж, 2000. С.47-52
102. Мендел Адриен. Игры, в которые играют мужчины. С.-Пб, 2000.
103. Минеева С.А. Основы мастерства устного выступления. Пермь, 1991.
104. Минюшев Ф.И. Социальная антропология. М., 1997
105. Михальская А.К. Основы риторики. М, 1996.
106. Милич П. Как проводить деловые беседы. М., 1987.
107. Монахов Н.А. Плоды подознания. Очерки об инстинктах, формирующих человеческие конфликты. М, 1995.
108. Морозов А.В. Деловая психология. С.-Пб., 2000.
109. Найк Анита. Практическая психология для девочек или Как относиться к себе и к мальчикам. М., 1988.
110. Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1976.
111. Ниренберг Дж. Гений переговоров. Минск, 1997.
112. Новичихина М.Е. Ведение спора. Воронеж, 1994.
113. О'Коннор Дж., Сеймор Дж. Введение в нейролингвистическое программирование. М., 1996.
114. Овчинников В. Корни дуба / Новый мир, 1979, № 5, с. 231.
115. Орлова Л. Азбука моды. М., Просвещение, 1988.
116. Осталковская И. Ада, так не надо. М., 1993.
117. Павлов И.П. Русская мысль / ЛГ, 31 июля 1991.
118. Павлова К.Г. Искусство спора: логико-психологические аспекты. М, 1998.
119. Павлова Л.Г. Спор, дискуссия, полемика. М, 1991.
120. Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? М, 2000.
121. Панасюк А.Ю. Управленческое общение. М., 1990.
122. Паркинсон Сирил Норкот. Законы Паркинсона. Минск, 1997.
123. Парыгин Б.Д. Научно-техническая революция и личность. М., 1978.
124. Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории. М, 1971.
125. Петрова Е.А. Жесты в педагогическом процессе. М., 1998.
126. Пиз А. Язык жестов. Воронеж, 1992.
127. Питер Лоуренс Дж. Принцип Питера. М., 1990.
128. Правила светской жизни и этикета. Хороший тон. М., 1991.

129. Психологические аспекты подбора и проверки персонала. М., 1997
130. Психология и этика делового общения. // Ред. В.Н.Лавриненко. М., 1997.
131. Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. Екатеринбург, 1997.
132. Розанова В.А. Психология управления. М., 1996.
133. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М., 1994.
134. Роовет Э.Й. Обучение речевому общению. Таллин, 1984.
135. Руденский Е.В. Основы психотехнологии общения менеджера. М.-Новосибирск, 1998.
136. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. // Ред. И.А.Стернин. Воронеж, 2000.
137. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2. // Ред. И.П.Лысакова. С.-Пб., 2001.
138. Секреты умелого руководителя. М., 1991.
139. Семененко Л.П. Аспекты лингвистической теории монолога. М., 1996
140. Сент-Джеймс Э. Будьте проще! С.-Пб, 1996.
141. Скотт Дж. Способы разрешения конфликтов. Киев, 1991.
142. Снайдер Д. Курс выживания для подростков. Екатеринбург, 1992.
143. Снайдер Ди. Практическая психология для подростков или Как найти свое место в жизни. М., 1997.
144. Снелл Ф. Искусство делового общения. М, 1990.
145. Солли М. Эти странные итальянцы. М., 1999.
146. Сопер П. Основы искусства речи. М., 1992.
147. Спиллейн М. Создайте свой имидж. М, 1996.
148. Шешов А.В. Как победить в споре. О культуре полемики. Л., 1991.
149. Стивенс Майкл. Выигрывая на Вашем собеседовании. М, 1996.
150. Сухарев В. Этика и психология делового человека .М., 1997.
151. Таннен Д. Ты меня не понимаешь! М, 1996.
152. Таранов П.С. Дерзкие тайны общения. Симферополь, 1997.
153. Таранов П.С. Золотая книга руководителя. М., 1996.
154. Таранов П.С. Методы 100-процентной победы. Симферополь, 1997.
155. Таранов П.С. Приемы влияния на людей. Симферополь, 1995.
156. Таранов П.С. Психология знаменитых ситуаций. Симферополь, 1997.
157. Таранов П.С. Секреты поведения людей. Симферополь, 1995.
158. Таранцев Ю.В. О национальных особенностях установления контакта в общении / Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998, с. 58-59
159. Тимченко Н.М. Искусство делового общения. Харьков, 1992.
160. Тичи Н., Деванна М.А. Лидеры реорганизации. М., 1990.
161. Ушакова Н.В. и др. Основы психологии общения. М, 1990.
162. Ушакова Н.В. и др. Основы психологии общения. М., 1990.
163. Ушакова Т.Н. и др. Речь человека в общении. М., 1989.
164. Фида А. Эти странные греки. М., 2000
165. Фицпатрик Д. Диалог с ребенком. М, 1996.
166. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию. М, 1990.
167. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. М, 1989.
168. Формановская Н.И. Вы сказали «Здравствуйте». Речевой этикет в нашем общении. М., 1989.
169. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.,1989
170. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета. М.,1982.
171. Фуллер Д. Управляй или подчиняйся! М, 1992.
172. Хант К. Эти странные австралийцы. М.,2000
173. Харрис Томас А.Я хороший, ты хороший. М., 1993.

174. Чернышов А.С. Практикум по решению конфликтных педагогических ситуаций. М, 1999.
175. Шаманова М.В. Коммуникативная лексика в русском языке / Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1998, с.50-51.
176. Шилихина К.М. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативной культурах. Автореферат диссертации ...канд. филол. наук. Воронеж, 1999.
177. Шостром Э. Анти-Карнеги. Минск, 1996.
178. Шпигель Дж. Флирт – путь к успеху. М., 1997.
179. Эрнст О. Слово предоставляется вам. М. 1988.
180. Этнолингвистика. М, 1988.
181. Ягер Джон. Деловой этикет. М., 1994.
182. Япп Н, Сирегт М. Эти странные французы. М.,1999.

Основные работы автора по проблемам речевого воздействия

Отдельные издания

1. Планы семинарских занятий и методические указания по курсам “Культура политического общения”, “Ораторское мастерство и культура речи”, “Речевое воздействие”. Воронеж, 1990. 63с.
2. Общение без конфликтов. Воронеж. общество “Знание”, 1991. 8 с.
3. Общение в современном обществе. Воронеж, 1991, 22с
4. Правила общения в коммуникативных ситуациях. Воронеж, 1991. 29 с.
5. Коммуникативные ситуации. Воронеж, 1993. 150 с.
6. Практическая риторика. Воронеж, 1993. 140 с.
7. Коммуникативное поведение. Программа для классов с углубленным изучением иностранных языков Воронеж, ВИПКРО, 1994.6 с.
8. Коммуникативное поведение. Программа спецкурса Воронеж, 1995. Изд.П. 9 с.
9. Деловое общение. Воронеж, 1995. 75 с.
10. Практическая риторика. Воронеж, 1996. Изд.П.140 с.
11. Учитесь общаться. Воронеж, 1995. 214 с.
12. Общение без конфликто. Воронеж, 1996. 12 с.
13. Общение в семье. Памятка Воронеж, 1996, 4 с.
14. Общение с мужчинами. Воронеж. 1996. 32 с.
15. Светское общение. Воронеж, 1996, 18 с.
16. Русский речевой этикет. Воронеж, 1996, 126с.
17. Деловое общение. Вып. 1. Правила делового общения Воронеж, 1997. 42 с.
18. Деловое общение. Вып. 2. Деловая документация. Воронеж, 1997. 35 с.
19. Анализ коммуникативных ситуаций. Воронеж, 1998.27 с.
20. Модели описания коммуникативного поведения. Воронеж, 2000. 27 с.
21. Дидактический материал по дисциплине «Деловое общение». Вып. 1. Законы общения. Воронеж, 2000. 75 с.
22. Дидактический материал по дисциплине “Деловое общение”. Вып.2. Речевое воздействие. Воронеж,2000. 68 с.
23. Дидактический материал по дисциплине “Деловое общение”. Вып.3. Ведение спора. Деловое общение. Воронеж, 2000. 74 с.
24. Дидактический материал по дисциплине “Деловое общение”. Вып.4. Деловая беседа. Общение с официальным лицом. Деловое общение по телефону. Воронеж, 2000. 45 с.

25. Риторика в объяснениях и упражнениях. Борисоглебск, 2000г. 130 с.

Статьи, материалы конференций

1. О некоторых особенностях русского общения / «Болгарская русистика», 1992, N2.
2. Улыбка в русском общении / «Рязань», 1992, N2.
3. Факторы воздействия текста / Теория текста: лингвистический и стилистический аспекты. Екатеринбург, 1992, с. 62 – 63.
4. Фактор имени / Литературна ономастика української та російської мов. Київ, 1992, с. 25 –31.
5. Современные технологии общения / Педагогические технологии и модернизации учебно-воспитательного процесса профессионального образования. Воронеж, 1993, с. 16.
6. Речевое воздействие как наука / Проблемы развития общей культуры курсантов в процессе обучения. Воронеж, 1993, с. 36 - 39– 18.
7. Курс “Основы речевого воздействия” в программе подготовки учителей по предмету “Культура общения” / Культура речи: наука, образование, повседневность. М., ч. II, 1993, с. 80-81.
8. Общие особенности коммуникативного поведения народа: реальность или фикция? / Язык. Этнос. Сознание. Культура. М., 1994, с.94-95.
9. Русское общение / Fremdsprachenunterricht. 1994, № 2, S. 134 – 135.
10. Теоретические проблемы обучения речевому воздействию / Принципы и проблемы филологической дидактики. Пермь, 1994, с. 42-51.
11. О понятии “эффективное общение” / Fremdsprachenunterricht. 1994, № 2, S. 5-9.
12. Английское коммуникативное поведение / Английский язык в школе и вузе. Воронеж, 1995, с. 3 – 4.
13. Коммуникативное поведение и межнациональная коммуникации / Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М., 1996, с.75-81.
14. Почему русские мало улыбаются? / “Практика”, 1996, № 2, с. 5 – 6.
15. Коммуникативное поведение и межнациональная коммуникация / Этнолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М.,1996. С. 75-81.
16. Communicative Behavior as an Aspect of Language Teaching / The Pleasures and Joys of TESOL. Voronezh, 1997, p.5 –6.
17. Das kommunikative Verhalten im Russischen - ein wichtiger Aspekt bei der Vermittlung und Aneignung der russischen Sprache / Fremdsprachen ausbildung an der Hochschule. Göttingen, 1997, S.52-53.
18. Поощрение и осуждение в педагогическом общении / Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1997, с. 12 –13.
19. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры / Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996, с.97 – 112.
20. Национальная специфика коммуникативного поведения / XII международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1997, с. 147 –148.
21. Общение как предмет преподавания в школе и вузе / Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Красноярск-Ачинск, 1997. Вып. 3. С.13 -14.
22. Алкогольная тема в мужском общении / Мужской взгляд. Воронеж, 1997. С.52 -56.
23. Contrastive Studies of Russian and American Communicative Behavior / Idiom. New York, 1997, vol.27, No.4, p.p. 1, 12.
24. Non-verbal means in communication / Klangsprache im Fremdsprachenunterricht. Woronesh, 1998. S. 2.
25. Учебные дебаты как форма обучения культуре общения / Культура общения и ее формирование. Воронеж, 1998, с.124-125.

26. Общение и взаимопонимание / Страницы современной педагогики: диалог теории и практики. Воронеж, 1998, с.210-217.
27. Особенности женского и мужского понимания речевых высказываний / Антропоцентризм чи антропофілія? Киев-Кривой Рог - Москва, 1998, с.95-96.
28. Американские коммуникативные табу / Язык и национальное сознание. Воронеж, 1998, с.65-66.
29. Особенности педагогического общения / Преподавание культуры общения в средней школе. Вып. 2. Воронеж, 1998, с.4-11.
30. Правила светского общения / Преподавание культуры общения в средней школе. Вып. 2. Воронеж, 1998, с.12-14.
31. Дебаты как форма обучения речевым навыкам / Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып.6. Красноярск-Ачинск, 1998, с. 67-73.
32. Как поздороваяешься, так тебе и ответят / “Начальная школа”, 1998, № 33, с. 3.
33. О понятии “коммуникативный эгоизм” / Культура общения и ее формирование. Вып. 6. Воронеж, 1999, с.28-29.
34. Мотивация в обучении культуре общения / Культура общения и ее формирование. Вып. 6. Воронеж, 1999, с.193-194
35. Речевое воздействие как интегральная наука / Речевое воздействие. Воронеж-Москва, 2000, с. 3-6.
36. Улыбка в русском коммуникативном поведении / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж, 2000. – С.53-61.
37. Опыт когнитивного анализа концепта “грамотность Речевое общение / Вестник Российской риторической ассоциации. Вып. 1(9). Красноярск, 2000, с.77-80.
38. Понятие коммуникативного поведения и методы его исследования / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1, Воронеж, 2000, с.4-20.
39. Русское коммуникативное поведение / Проблема национальной идентичности в литературе и гуманитарных науках XX века.Т.1. Воронеж, 2000, с.95-128.
40. Понятие коммуникативного поведения и методы его исследования / Коммуникативное поведение. Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1, Воронеж, 2000, с.4-20.
41. Улыбка в русском коммуникативном поведении / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1, Воронеж, 2000, с.53-61.
42. Речевое воздействие как интегральная наука / Проблемы коммуникации и номинации в концепции общегуманитарного знания. Челябинск, 1999, с. 148 –154.
43. Русское коммуникативное поведение и толерантность / Проблема национальной идентичности в культуре и образовании России и Запада. Воронеж, 2000. Т.1, с.52-62.
44. О русском коммуникативном идеале (экспериментальное исследование) / Профессиональная риторика: проблемы и перспективы. Воронеж, 2001, с.11-13.
45. Русский коммуникативный идеал (экспериментальное исследование) / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2.С.-Пб., 2 001, с. 9-13.
46. Модель русского невербального коммуникативного поведения / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2.Санкт-Петербург, 2001, с. 14-26.
47. Контрастное исследование физического контакта и дистанции в русском коммуникативном поведении / Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 2. С.-Пб., 2001, с. 39-43.
48. Русский коммуникативный идеал и толерантность / Языковое сознание и образ мира. М, Институт языкознания РАН, 2000 г., с.163-166.

Содержание

Введение	с.3
Глава 1. Общение в современном обществе	с.7
1. Понятие общения	с.7
2. Виды общения	с.10
3. Функции общения	с.23
4. Тенденции развития современного общения	с.28
5. Восприятие человека человеком в общении	с.34
6. Языковой паспорт говорящего и его роль в общении	с.41
7. Понятие коммуникативной грамотности	с.44
8. Коммуникативное поведение человека	с.48
9. Коммуникативная культура личности	с.49
Глава 2. Понятие речевого воздействия	с.51
1. Речевое воздействие как наука, ее основные категории и разделы	с.51
2. Становление речевого воздействия как науки	с.55
3. Способы речевого воздействия на личность	с.59
4. Понятие эффективного общения, его слагаемые	с.61
5. Речевое воздействие и манипуляция	с.66
6. Общение и ролевое поведение	с.67
7. Коммуникативные позиции в транзакционном анализе Э.Берна	с.74
8. Аспекты речевого воздействия	с.77
9. Понятие коммуникативной позиции говорящего	с.90
10. Понятие имиджа.	с.91
11. Речевые игры и общение	с.102
Глава 3. Законы и принципы общения	с.112
1. Законы, правила, приемы и принципы общения	с.112
2. Основные законы общения	с.114
3. Принципы бесконфликтного общения	с.138
Глава 4. Национальные особенности общения	с.143
1. Национальное коммуникативное поведение и проблемы его описания	с.143
2. Национальный менталитет, национальный характер, коммуникативное поведение и национальное коммуникативное сознание	с.151
3. Национальные особенности общения народов мира	с.159
4. Основные особенности русского коммуникативного поведения	с.180

Заключение	с.218
Литература	с.219
Основные работы автора по проблемам речевого воздействия	с.223
Содержание	с.226