



Коммуникативная культура специалиста

Г.В. Новикова, кандидат психол. наук, доцент
факультета педагогического образования МГУ
имени М.В. Ломоносова

Принципы эффективной коммуникации

- 1. **Принцип адресности** утверждает необходимость понимания, кому адресовано сообщение, то есть учитывать индивидуально-психологические особенности аудитории, ее состав, возраст, направленность.
- 2. **Принцип личностной включенности** указывает на невозможность установления подлинной коммуникативной связи без внутренней активности участников с обеих сторон.
- 3. **Принцип содержательности** фиксирует обязательность определенной предметной основы для коммуникативного взаимодействия.
- 4. **Принцип достоверности** напоминает об ответственности за передаваемое в ходе коммуникации содержание.
- 5. **Принцип ориентации на понимание** подчеркивает необходимость установки на понимание поступающих сообщений и понимание партнера по коммуникации.

Принципы эффективной коммуникации

- 6. **Принцип доступности** указывает на необходимость соблюдения меры сложности информации, а также создания условий для доступа к необходимому информационному каналу.
- 7. **Принцип открытости** привлекает внимание к невозможности использования в рамках коммуникации манипулятивных действий. Манипулирование – воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо (сообщить информацию, совершить поступок и т.д.) неосознанно или вопреки собственному желанию, мнению, первоначальному намерению.
- 8. **Принцип информационной безопасности** требует соблюдения правил, предотвращающих возможные психофизиологические и социально-психологические деформации личности коммуникантов.
- 9. **Принцип обратной связи** побуждает к определению результатов и эффектов коммуникативных действий с целью коррекции педагогических действий.

Схемы коммуникации

- **монолог** – преобладают коммуникативные действия и высказывания субъекта – организатора действий на фоне слушания других субъектов – участников общения;
- **диалог** – субъекты коммуникации взаимно активны;
- **полилог** – в коммуникацию свободно вступает множество активных участников;
- **внутренний (мысленный) диалог** – отправитель и адресат сообщения являются одним лицом.

Сценарии коммуникации

Под коммуникативной симметрией подразумевается равенство возможностей участников коммуникативного акта в плане передачи сообщения и предоставления обратной связи.

Симметричная коммуникация характеризуется аналогией в позициях (лидер и лидер).

Асимметричная коммуникация сталкивает противоположности (генератор идей и их критик). Симметричность – асимметричность коммуникации, безусловно, задается нормами, правилами и определяется социально-психологическим климатом в коллективе.

В **комплементарных взаимоотношениях** коммуниканты своими действиями и позицией дополняют друг друга. Например, если один партнер занимает ведущую позицию в коммуникации, то другой органично принимает подчиненную.

«Масштаб» партнера по взаимодействию

- персональный уровень (межличностная, интраличностная коммуникация);
- социальный уровень (внутригрупповая, межгрупповая, коллективная, межколлективная, корпоративная коммуникация);
- публичный уровень (фронтальная работа с аудиторией, выступления с использованием СМИ);
- сетевой уровень (социальные и компьютерные сети).

Иерархическая модель

В ходе линейной передачи сообщения качество коммуникации обуславливается исходным объемом информации, мощностью и надежностью коммуникационного канала, точностью кодирования сообщения, наличием или отсутствием помех.

Сообщения в рамках представленной модели посылаются в тех случаях, когда надо: проинформировать, т.е. просто передать некие конкретные сведения, не предполагающие их обсуждения; проинструктировать, дать четкий образец действия; доказать, убедить, совершить изменения в системе мышления адресатов на основе логических построений.

Убеждение как форма коммуникации требует особого отбора содержания сообщений и последовательности их ввода. В ходе убеждения отправитель должен обеспечить не просто восприятие информации, но и ее влияние на систему мышления, установки, позицию. Это достигается за счет строго логического построения сообщения, его доказательности и значимости для получателя, достоверности.

Горизонтальная модель

Это модель свободной коммуникации, равноправного диалога. Диалог «на равных» возможен, если его участники обладают примерно одной и той же информацией по проблеме или, напротив, разной, но открыты навстречу коммуникации и готовы формировать совместно новое знание.

Диалог в любом его проявлении предполагает наличие осознанных целевых запросов одной стороны к другой и ситуацию, в которой эти запросы и ответы будут услышаны.

Интерактивная модель

Интерактивный режим общения позволяет формировать на стороне источника информации «образ адресата» (анализ его потребностей, запросов, готовность работать на определенном уровне), в соответствии с которым корректировать ход коммуникации, создавая более комфортные условия для общения.

Например, интерактивные обучающие программы реагируют на ввод новых данных пользователем и корректируют свое дальнейшее выполнение в зависимости от введенных указаний. Они позволяют преподавателю выбирать стратегически целесообразный сценарий организации взаимодействия учащегося с программным продуктом.

Резонансная модель

- Понятие резонанса, исходно имеющее физическую природу, последнее время стало часто встречаться в контексте коммуникации. Это связано с обращением к пониманию человеческого организма как многоуровневой системы с разнообразными взаимодействующими, резонирующими частотами, откликающейся на схожие сигналы от внешних источников.
- Резонировать можно на уровне природных состояний, эмпатии, эстетических чувств, концептуальных позиций и др. Своеобразным видом резонанса становится сопереживание – как разделение повода возникновения у другого лица данного эмоционального состояния.
- Резонанс может быть использован в коммуникативных целях для приобщения к принципиально новой информации, эмоциональной и умственной активизации сотрудников.

Критерии коммуникативной культуры

1. **Общий коммуникативный стиль.** Он складывается из чувства ситуации коммуникации, эмоционального фона, создаваемого коммуникативными действиями; отсутствия/наличия информационно-психологического давления на других коммуникантов, эмпатийности, характера предоставляемой обратной связи, уровня конфликтности, коммуникативной гибкости, имиджевых особенностей, этики общения.
2. **Адресность коммуникативных действий.**
3. **Информативность коммуникативного взаимодействия.**
4. **Владение основными видами коммуникативной деятельности** (говорение, слушание, письмо, чтение). В этот показатель включены речевая культура, индивидуальный потенциал невербальных средств коммуникации, искусство работы с текстами, диапазон языковой компетентности.
5. **Методичность** (способность найти оптимальный путь передачи необходимой информации).
6. **Согласованность** (гармонизация) своих коммуникативных действий с намерениями других участников.
7. **Использование возможностей обратной связи** для коррекции процесса коммуникации.

Техники обратной связи

Распрашивание, или выяснение. Это самый распространенный прием установления обратной связи. Он предполагает прямое обращение к говорящему, осуществляемое с помощью разнообразных вопросов.

- Просьба к говорящему дать дополнительные пояснения, как правило, направлена на то, чтобы облегчить понимание, обратить внимание на то, что он выражается не совсем точно или понятно для слушателя.
- Если информация воспринимается участниками общения с трудом, то полезно изменить ситуацию такими фразами: «Не могли бы вы на конкретном примере пояснить это?», «Что вы имеете в виду?», «Весьма сожалею, но я не все понял, разъясните, пожалуйста».

Техники обратной связи

Перефразирование, или вербализация

Перефразировать – значит высказать ту же мысль говорящего, но своими словами.

Слушатель возвращает собеседнику суть сообщения, чтобы он смог оценить, насколько оно понято правильно. Обычно вербализация как прием обратной связи используется для выделения только существенных, главных мыслей собеседника. Акцент делается именно на смысловом значении его мысли, идеи, а не на чувствах и установках, причем своими, другими словами.

Техники обратной связи

Резюмирование

- Для коммуникации эта коммуникативная техника особенно важна, так как обобщение помогает синтезировать, связывать отдельные части услышанной информации в единое целое. Тем самым, подводя итоги сказанному, слушающий дает понять говорящему, что основные его мысли поняты и восприняты.
- По результатам обсуждения того или иного вопроса ему необходимо резюмировать, т.е. подвести итоги, сформулировать и зафиксировать основные мысли. Особенно в тех случаях, когда следствием коммуникации должны быть какие-либо действия со стороны собеседника.
- Резюме следует формулировать своими словами, используя, например, такие фразы, как: «Ваши основные идеями, как я понял, являются...», «Если подвести итог сказанному, то...», «То, что вы сказали, может означать...».

Техники обратной связи

Отражение чувств

При отражении чувств основное внимание уделяется не содержанию сообщения, а чувствам собеседника, эмоциональной составляющей его высказываний.

Особенно важно использовать эту технику в случае неконгруэнтности говорящего, то есть когда жесты, поза и мимика не соответствуют содержанию высказывания.

Вербализация чувств – это сообщение о своих чувствах и эмоциональных состояниях, своеобразное Я-послание слушателям.

В прямых констатациях чувств предпочтительнее использовать термины, которые указывают на уровень уважения и самоуважения, бережно-почтительного отношения к партнеру и самому себе.

Когнитивный, рациональный анализ собственного эмоционального состояния и состояния собеседника снижает его интенсивность, позволяет избавиться от него.

Вербализация собственного состояния выполняет двойную роль – с одной стороны, информирует партнера о наших чувствах и снижает его напряжение, а с другой стороны – помогает регулировать собственное эмоциональное состояние.

Формула вербализации своих чувств и чувств партнера

Менее уважительные формулировки для вербализации чувств

- Вы не понимаете, я не понимаю
- Вы в депрессии, я в депрессии
- Вы нервничаете, я нервничаю
- Вам обидно, мне обидно,
- Вас бесит, меня бесит
- Противно (вам, мне)
- Вы боитесь, я боюсь
- Вы злитесь, я злюсь

Более уважительные формулировки для вербализации чувств

- Вы удивлены; я удивлен
- Вы огорчены, я огорчен
- Вас беспокоит, меня беспокоит
- Меня задевает, вас задевает
- У вас вызывает протест, у меня вызывает протест
- Вызывает дискомфорт (у вас, у меня)
- Вы опасаетесь, я опасуюсь
- Вы сердитесь, я сержусь

Техники обратной связи

Техника подчеркивания общности (целей, интересов, личностных характеристик).

В подчеркивании общности должны быть соблюдены два условия:

- 1) выявляемые черты должны быть скорее приятны партнеру, чем неприятны;
- 2) эти общие черты должны быть релевантны деловой или личной экспертной зонам человека.

Первое требование подразумевает, что эти характеристики должны восприниматься партнером как достоинства или как спорные своеобразные черты (например, хитрость, доминантность, эксцентричность, индивидуализм и т.п.). Здесь необходимо помнить, что есть черты, которые не являются недостатками, но воспринимаются таковыми теми, кто ими обладает (например, застенчивость, прямота, расчетливость). Подчеркивая общность по этим характеристикам есть риск задеть чувства оппонента.

Техники обратной связи

Техника подчеркивания значимости

партнера, его мнения, вклада в общее дело и т. п.

Подчеркивание значимости – это выражение своего восхищения партнером, признание его заслуг и достижений.

Требования к технике: 1) конкретность, обусловленность фактами; 2) искренность.

Это означает, что формула техники не «вы мне нравитесь», а «мне кажется ценным то, что вы делаете». Для того, что подчеркнуть значимость партнера, нужно замечать и запоминать то, что он делает. В этой технике проявляется интерес к другому человеку.

Техники регуляции эмоционального напряжения

Снижают напряжение

1. Подчеркивание общности с партнером (сходства целей, интересов, мнений, личностных черт и др.)
2. Подчеркивание значимости партнера, его мнения в ваших глазах
3. Вербализация эмоционального состояния:
 - а) своего;
 - б) партнера
4. Проявление интереса к проблемам партнера
5. Предоставление партнеру возможности выговориться
6. В случае вашей неправоты немедленное признание ее.
7. Предложение конкретного выхода из сложившейся ситуации
8. Обращение к фактам
9. Спокойный уверенный темп речи
10. Поддержание оптимальной дистанции, угла поворота и наклона тела

Повышают напряжение

1. Подчеркивание различий между собой и партнером
2. Принижение партнера, негативная оценка личности партнера, приуменьшение вклада партнера в общее дело и преувеличение своего
3. Игнорирование эмоционального состояния: а) своего; б) партнера
4. Демонстрация незаинтересованности проблемами партнера
5. Перебивание партнера
6. Оттягивание момента признания своей неправоты или отрицание ее
7. Поиск виноватых и обвинение партнера
8. Переход на «личности»
9. Резкое убыстрение темпа речи
10. Избегание пространственной близости и контакта глаз

Умение задавать вопросы

Рекомендации:

- - делать вопросы короткими;
- - убедиться, что они корректны и участники способны ответить на них;
- - исключить отгадывание;
- - избегать вопросов, требующих публичных откровений;
- - не отвечать самому на собственные вопросы.

Виды вопросов

Для начала двусторонней коммуникации целесообразно задавать партнерам **открытые вопросы** с целью собрать необходимую информацию.

- Обычно они начинаются со слов «что?», «где?», «когда?», «как?», «почему?». Кроме того, открытые вопросы часто начинаются с вводных оборотов («расскажите о...», «как вы считаете?»).
- Привлекательность открытых вопросов состоит в том, что они позволяют устанавливать контакт, создают вовлеченность и заинтересованность, предоставляют слушающему возможность свободного ответа с самостоятельным выбором мыслей и слов, помогают более детально анализировать мнения и ценности.

Виды вопросов

- **Закрытые вопросы** требуют однозначного ответа, состоящего чаще всего из одного слова: «согласен», «да», «нет». Вместе с тем, специалисты по коммуникации не рекомендуют злоупотреблять закрытыми вопросами, так как они препятствуют активному взаимодействию. Закрытые вопросы применяются для получения или уточнения информации, подтверждения понимания фактов, согласия или договоренности.
- **Наводящие вопросы** используются для того, чтобы подвести говорящего к ответу, который ожидают от него услышать. Такой подход в коммуникации считается манипулятивным, поэтому во взрослой аудитории злоупотреблять им не стоит. Наводящие вопросы, как правило, заканчиваются так называемыми «зацепками», не позволяющими участнику ответить отрицательно, например, «Коммуникативная компетентность педагога важна для эффективного взаимодействия, не так ли?» и т.д.

Виды вопросов

- **Возвратные вопросы** позволяют говорящему проявить внимание к собеседнику и к тому, что он уже сказал, и таким образом, поощряя его вести дальнейший разговор (например, «вы сказали, чтобы изменить мотивацию обучения студентов, необходимо создать благоприятную психологическую атмосферу на занятии, это так?»).
- **Зондирующие вопросы** – дополнительные вопросы, позволяющие получить полную информацию, не предоставленную в ходе ответов на предыдущий вопрос. Предоставление неполного ответа может быть связано с самыми разными причинами, поэтому зондирующие вопросы могут быть использованы для проверки мотивации и чувств, истинных намерений собеседника, когда в этом вопросе нет ясности. Задавать зондирующие вопросы труднее всего. Они могут включать в себя комплекс открытых, закрытых, рефлексивных, подтверждающих и гипотетических вопросов. Их преимущество состоит не только в том, что с их помощью можно получить недостающую информацию, но и что они помогают осознать проблемы и факты, не лежащие на поверхности.

Виды вопросов

Гипотетические вопросы задают ситуацию или выдвигают предположение: «А что если?..», «Как насчет того, что?...».

Они могут быть полезны в случае, когда обсуждаются новые идеи или направления деятельности, когда нужно поставить собеседника в ситуацию вызова, не рискуя обидеть его или заставить защищаться. Такой вопрос целесообразен во время коммуникации лишь по отношению к тому собеседнику, который обладает достаточными знаниями и пониманием ситуации, о которой вы просите его поразмышлять.

Правило Сократа (ЗИППО)

- З – знание ответов, которые вы хотите услышать от собеседника;
- И – использование открытых вопросов, чтобы добиться желаемых ответов;
- П - повторение ответов собеседника теми же словами;
- П – подчеркивание и обобщение всех полученных ответов;
- О – обеспечение дополнительной информации или необходимых разъяснений перед тем, как задавать дальнейшие вопросы.

Типы вопросов, которых следует избегать

- *многословных вопросов* - существует большая вероятность того, что они будут поняты неправильно;
- *несколько вопросов сразу*, объединяя их в один многосоставной вопрос – собеседники неизбежно будут выбирать сначала наиболее легкие части вопроса и избегать сложных, ответы на которые вам хочется получить;
- *наводящих или пристрастных вопросов*: обычно они демонстрируют только то, что вы уже знаете, а не то, что действительно понимает собеседник;
- *некорректных вопросов*, с подвохом, без объяснения их цели – они могут вызвать негодование и снижать мотивацию к ответу.

Барьеры коммуникации

1. *Социальные* – возникают между партнерами по коммуникации из-за разницы в уровне культуре и образовательном цензе.
2. *Возрастные* – обусловлены отсутствием или утратой навыков общения с коммуникантами старше (младше) себя; переходом в другую возрастную группу; отсутствием интереса к проблематике другого возраста.
3. *Психологические* – партнеры не готовы к вступлению в коммуникацию; эмоционально возбуждены, у них наблюдается высокая степень тревожности, есть опыт переживания словесной агрессии, речевого давления педагога; включены защитные механизмы в ожидании негативной информации относительно себя.
4. *Когнитивные* – коммуникант даже не пытается понять сообщение, поскольку оно кажется ему слишком сложным; существует негативная установка в отношении предлагаемых идей и положений, не развиты необходимые мыслительные структуры
5. *Барьеры саморегуляции* – существует проблема включения восприятия (нет мотива, не умеет, не успел), слабо развита внутренняя “диспетчерская программа”, отвечающая за прием и обработку информации с помощью определенного канала.

Трудности восприятия при линейной трансляции

- Информация не воспринимается и не может быть воспринята в силу неразвитости того канала, через которую её вводят. Оппонент в подобных случаях жалуется на то, что его не видят, не слышат, не чувствуют, не реагируют и т.д. Иногда достаточно перевести содержание в другую модальность, чтобы оно легче воспринималось.
- Существует некий психологический барьер: ощущение “опасности”, которую содержит предлагаемая информация, недоверие к ее носителю, смысловое рассогласование с предлагаемыми сведениями или моделью поведения.

Трудности восприятия при линейной трансляции

- Высок темп предъявления информации. В силу этого предлагаемый объем не может уложиться в памяти и проходит мимо.
- Слишком высока степень сложности материала (плотность информации, уровень новизны, обобщения, абстрагирования).
- Оппоненту неясны перспективы применения предлагаемого содержания (ощущается ненужность, избыточность информации; материал значительно превышает реальный информационный запрос).

Показатели правильности отбора информации

1. Факт непосредственного применения (внедрения) полученных сведений. Построение или изменение практических, интеллектуальных действий на основе полученной информации.
2. Превращение полученной информации в знания, т.е. личностная интерпретация
3. Проявление в ходе коммуникации искреннего интереса к предлагаемой информации, развитие на ее основе дополнительного информационного запроса.
4. Получение позитивной обратной связи по поводу переданной информации.
5. Явление дальнейшего самостоятельного распространения адресатом полученной информации.