

Теория коммуникации



Тема 7

Коммуникативная позиция и коммуникативное равновесие



План

- 1. Понятие коммуникативной позиции.**
- 2. Факторы, влияющие на КП.**
- 3. Приемы усиления и защиты КП.**
- 4. Понятие коммуникативного
равновесия. Виды КР.**



Понятие КП

- Коммуникативная позиция участника общения — понятие, характеризующее его относительно КП остальных участников.
- Коммуникативная позиция – расположение коммуникантов по отношению друг к другу в процессе коммуникации (*пространственная характеристика*).
- Коммуникативная позиция определяет степень авторитетности отдельного участника общения для собеседников, его **влиятельности** в конкретной коммуникативной ситуации, а также **эффективности** его потенциального речевого **воздействия** на собеседника (*смысловая характеристика*).



Понятие КП

- **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 участника общения может быть сильной или слабой изначально (коммуникативная позиция начальника, высокого должностного лица по отношению к подчиненным, родителей — к маленьким детям, учителя — к ученикам и т.д. всегда сильнее).**



Понятие КП

С помощью определенных правил и приемов можно **усилить КП**, точно так же можно ее **ослабить**.

Искусство заключается в умении **усилить свою КП**, защитить ее от давления собеседника, а также в умении **ослабить КП** своего собеседника.

Усиливая свою коммуникативную позицию, используя для этого различные средства и приемы, мы **повышаем эффективность воздействия** на собеседника — нас лучше слушают, нам больше доверяют, с нами охотнее соглашаются, наши просьбы выполняют.



Факторы усиления / ослабления КП

- **фактор внешности** (одежда, прическа, цвет волос, физическая привлекательность);
- **фактор взгляда** (направление взгляда, время контакта глаз);
- **фактор физического поведения** (*мимика, жесты, позы, осанка, стойка, посадка, движение, походка, манипуляции с предметами*);
- **фактор организации пространства общения** (дистанция, расположение участников общения, место общения, принадлежность территории общения);
- **фактор голоса** (*интонация, мелодика, громкость, высота*).



Фактор внешности: одежда

Факторы **усиления** КП:

- темная традиционная одежда;
- контраст темных и светлых тонов;
- чистая, аккуратная одежда;
- умеренная модность;
- соответствие стиля одежды коммуникативной ситуации;
- расстегнутый или снятый пиджак;
- высокие шляпки, каблуки;
- очки в темной роговой оправе.



Фактор внешности: одежда

- **Сочные цвета** одежды характеризуют человека как радующегося жизни, успешного, обращенного к бытию.
- Большое значение имеет **стиль одежды**. От стиля одежды зависит восприятие человека.
- При **деловой коммуникации** производит положительное впечатление *контраст темного и светлого*: темный костюм и светлая рубашка у мужчины; белый верх и темный низ у женщины. Женщина должна при этом еще иметь *третий яркий элемент* — косынку, украшение, яркую помаду. Цвета, вызывающие наибольшее доверие в деловых отношениях, — *темно-синий и серый*. Женщина должна иметь юбку минимум до колена, платье или блузку с длинным рукавом.



Фактор внешности: прическа

Факторы усиления КП:

- **высокая прическа;**
- **цвет волос (брюнеты – блондины: брюнетов считают более компетентными);**
- **короткая прическа мужчины сигнализирует о его деловитости, но и о невысоком, преимущественно практическом интеллекте;**
- **длинные волосы у мужчин – о творческом начале, интеллектуальности.**



Фактор внешности: физическая привлекательность

Факторы усиления КП:

- **высокий рост;**
- **атлетическое телосложение;**
- **физическая привлекательность (ассоциируется с положительными качествами; физически привлекательные люди воспринимаются окружающими как общительные, популярные, успешные, способные убеждать, счастливые, имеющие много друзей).**



Фактор взгляда

Глаза –
окно в душу человека;
зеркало души;
«вывернутый наизнанку мозг»
(специалисты в области **деловой
коммуникации** - подчеркивается, что
выражение глаз отражает процесс
мышления).



Фактор взгляда: направление

Направление и время контакта усиливают или ослабляют КП в зависимости от ситуации и значения:

- **прямой, открытый взгляд** (доверие, уверенность, интерес);
- **взгляд «вдаль»** (отвлечение от темы, обдумывание, колебание, сомнение);
- **взгляд «сквозь» партнера** (неуважение, потеря интереса, ослабление внимания);



Фактор взгляда: направление

- взгляд, бросаемый **сбоку** (скепсис, озабоченность, недоверие);
- взгляд **снизу, исподлобья** (выражение покорности, подчиненности или крайней степени агрессивности);
- взгляд **сверху вниз** (превосходство, высокомерие, презрение);
- **уклоняющийся** взгляд (страх, робость перед партнером, желание скрыть).







Фактор взгляда: направление и время контакта

- взгляд, направленный в центр лба и не опускающийся ниже глаз партнера («деловой взгляд») — не более 10 секунд;
- взгляд на треугольник глаза–рот, («дружеский взгляд», желание контактировать);
- взгляд от глаз до груди и ниже («интимный взгляд», личная заинтересованность).



Фактор взгляда: время контакта

Контакт глаз занимает 30-60% времени деловой коммуникации.

При решении сложных проблем контакт глаз осуществляется реже.

Слушающий человек смотрит больше, чем говорящий.

Излишне продолжительный контакт может быть расценен как проявление восхищения, краткий - как обеспокоенность партнера, а прямой взгляд в течение более чем 10 секунд может вызвать дискомфорт.



Фактор физического поведения

Поведенческий имидж проявляется в действиях – физических и социальных.

Благоприятный поведенческий имидж человека формируют, к примеру, такие его физические качества, как энергичность походки и движений, очевидная физическая подвижность, хорошая физическая форма и др.

Кроме того, фактор физического поведения включает использование языка мимики, жестов (телодвижений) и поз.

.



Фактор физического поведения

Факторы **усиления** КП:

- **осанка:** непринужденная, спина не сутулая (признак неуверенности);
- **стойка:**
- ✓ левая нога вперед – агрессия (как для замаха, удара);
- ✓ правая нога вперед – сигнал к контакту, доверие;
- ✓ подбородок вверх – уверенность говорящего и уверенность в правоте;

Нельзя демонстративно скрещивать ноги – это негативный сигнал.

Фактор физического поведения: стойка и осанка





Фактор физического поведения

■ посадка:

- ✓ не скрещивая ноги;
- ✓ на все сиденье;
- ✓ передвижение на край сиденья — демонстрация заинтересованности;
- ✓ не класть руки на живот;

■ движение:

- ✓ наклоняться в сторону собеседника / аудитории;
- ✓ протягивать руки к слушателям;
- ✓ выходить к аудитории из-за трибуны;
- ✓ прохаживаться.



Фактор физического поведения

- **походка:**
- ✓ умеренно энергичная;
- ✓ бодрые движения;
- ✓ руки не в карманах (проявление скрытности, неуверенности).

Манипуляции с предметами (очками, ручками, карандашами, сигаретами, рисование абстрактных узоров на бумаге, позвякивание ключами и т.д.) **не рекомендуются**, это выдает негативный настрой человека, отсутствие внимания и интереса, затруднения, нерешительность - то, что демонстрировать не стоит.

Манипуляция предметами







Фактор организации пространства

■ 1. Дистанция:

- ✓ действует правило «чем ближе, тем эффективнее»: люди склонны общаться с теми, кто ближе к ним пространственно. Если люди хотят общаться – подходят друг к другу, не хотят – не подходят или даже отходят.

Но подходить ближе, чем на 40–50 см к незнакомым людям **не рекомендуется**: это «интимная зона» человека, покушение на свободу и неприкосновенность.



Фактор организации пространства

✓ **рекомендуется умеренный пространственный экспансионизм**
(стремление сокращать дистанцию до собеседника, занять больше пространства):

- вытянуть вперед ноги,
- положить руку на спинку соседнего стула или стула, на котором сидит собеседник,
- занять много места за столом,
- случайно прикоснуться к вещам, окружающим собеседника,
- просто подойти.

✓ **Сильная коммуникативная позиция** у тех, кто легко меняет дистанцию общения — подходит к разным собеседникам, свободно отходит и вновь подходит и т.д.



Фактор организации пространства

■ 2. Расположение коммуникантов:

✓ Горизонтальное расположение:

- люди за круглым столом непроизвольно доброжелательны;
- через стол напротив друг друга — наоборот, склонны к спору, конфронтации;
- эффективная позиция для деловой беседы — через угол стола лицом к лицу или вполоборота друг к другу;
- когда люди сидят рядом, то убеждать слева направо (в сторону правой руки) легче, чем справа налево.



Организация пространства





Фактор организации пространства

- ✓ **Вертикальное расположение:**
правило «чем выше, тем эффективнее»
(закон вертикального доминирования):
- **стремление казаться как можно выше:**
царский трон; корона; высокие шлемы и фуражки военных; сцена.
 - **выступать лучше стоя, а также лучше вставать, если хотите сказать что-либо важное;**
 - **выгодно сидеть выше собеседника:**
кресло с высокой спинкой у начальников—(зрительно увеличивает сидящего);
 - **на трибуне, над аудиторией, оратор обычно чувствует себя более уверенным, чем на одном уровне со слушателями.**





Фактор организации пространства

- **3. Место общения:** в темном и тесном помещении с низким потолком легче убеждать, чем в большом и светлом (закон темного угла).

Если ограничить подвижность собеседника и разговаривать с ним, зажав в угол, его коммуникативная позиция будет ослаблена.



Фактор организации пространства

- **4. Принадлежность территории общения** — легче убедить человека на его территории.
- ✓ Если начальник вызывает подчиненного **к себе** для разговора — это демонстрация силы, дистанции, давление на него.
- ✓ Если разговор идет на **нейтральной** территории — это демонстрация равенства, так лучше обсуждать те проблемы, которые уже предварительно обсуждались и почти решены.
- ✓ Разговор **на территории собеседника** эффективен, когда приход к нему является неожиданным, без предупреждения — гостю не принято отказывать.



Приемы усиления КП

- повтор обращения (**закон имени**): — *Ну, Анна Петровна, ну, Анна Петровна, ну, пожалуйста, ну, Анна Петровна;*
- приближение к собеседнику или физический контакт (**правило «чем ближе, тем эффективнее» = закон умеренного пространственного экспансионизма**);
- изменение положения в пространстве (**закон вертикального доминирования**);
- игра пространством (**законы темного угла, своей территории, внезапности**);



Приемы усиления КП

- **повышенная эмоциональность речи;**
- **укрупнение собеседника**
(комплименты и т.д.);
- **повышение громкости голоса,**
придающее речи авторитетность и
уверенность;
- **демонстрация доброжелательности**
мимикой, жестами;
- **привлекательность внешнего вида и**
т.д.







POSTED AT WWW.ELLF.RU



**Законы
вертикального
доминирования и
пространственного
экспансионизма**



Защита КП

Защищая свою КП, мы:

- не позволяем собеседнику оказывать на нас давление,
- помогаем себе устоять против его аргументации, нажима,
- можем защититься от навязчивого или неприятного собеседника.

Приемы защиты:

- увеличение дистанции;
- размещение за препятствием (столом, букетом цветов и т.д.);
- отклонение назад при разговоре;
- закрытые позы (например, скрещивая руки на груди, поворачиваясь боком к собеседнику).



Защита КП





Коммуникативное равновесие

- **Коммуникативное равновесие** – обеспечение и сохранение баланса отношений с собеседником.
- **Коммуникативное равновесие** - элемент эффективности коммуникации (т.е надо не только достичь поставленной цели, но и остаться с собеседником в нормальных отношениях, не поссориться).
- **Коммуникативное равновесие** предполагает отведение собеседнику роли не ниже той, которая обусловлена его социальной ролью и его представлением о собственном достоинстве.



Коммуникативное равновесие

КР бывает двух видов: **горизонтальное и вертикальное.**

- **Горизонтальное коммуникативное равновесие** – это адекватное выполнение в соответствии с принятыми в обществе правилами роли **равного** собеседника – по степени знакомства, возрасту, служебному положению, социальному положению и др.

Достичь горизонтального КР - значит *оправдать ролевые ожидания* **равных** тебе, говорить с собеседниками в рамках принятых в обществе правил вежливости и уважения.



Коммуникативное равновесие

- **Вертикальное коммуникативное равновесие** - это адекватное выполнение в соответствии с принятыми в обществе правилами ролей **неравных** собеседников – по возрасту, служебному и социальному положению и др.
- Связано с соблюдением норм при общении лиц, находящихся **в неравных отношениях по вертикали**: начальник – подчиненный; старший – младший; стоящий выше в социальной иерархии – стоящий ниже в социальной иерархии.



Коммуникативное равновесие

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.