**Задание: прочитать, сделать конспект в тетрадь.**

**Тема: Вербальные и невербальные средства общения**

**Понятие вербальных средств общения.**Как бы ни были важны чувства, эмоции, отношения людей, но деловое общение предполагает не столько передачу эмоциональных состояний, сколько передачу информации.

Содержание информации передается при помощи языка, т.е. принимает вербальную, или словесную форму.

К тому же обмен сообщениями происходит не “просто так”, а ради достижения целей общения, поэтому нужно учитывать личностный смысл, вкладываемый в сообщение. В общении мы не просто передаем информацию, а информируем, обмениваемся знаниями о трудностях решения проблемы, жалуемся и т.д. Значит, успешная коммуникация возможна только с учетом личностного фона, на котором передается сообщение.

**При вербальном общении имеет значение:**

► что вы говорите (и что вы не говорите),

► какими словами выражаете свою мысль,

► в какой последовательности передаете информацию собеседнику (с чего начинаете, чем продолжаете, чем заканчиваете),

► какие аргументы приводите, кратко или развернуто выражаете свою мысль и мн. др.

Иногда нам кажется, что не так важно, как сказать: главное — содержание речи. Содержание, конечно, очень важно, но одно и то же содержание, выраженное словесно разными людьми и в разной языковой форме, нередко производит совершенно разное впечатление — одному поверят, а другому — нет, просьбу одного человека выполнят, а ту же просьбу другого человека — нет. Поэтому надо уделять особое внимание речевой стороне выражения мысли.

Эффективное вербальное речевое воздействие предполагает адекватное (то есть правильное, оптимальное, эффективное в данной ситуации) использование правил и приемов общения: с учетом того, с какими собеседниками, в каких коммуникативных ситуациях ведется общение, какова цель общения в данном случае и т.д.

Среди правил и приемов вербального речевого воздействия можно выделить следующие группы факторов.

*1. Фактор соблюдения коммуникативной нормы:*

► соблюдайте нормы речевого этикета, так как это обеспечивает нам сохранение коммуникативного равновесия — одного из важнейших условий эффективности речевого воздействия.

Если мы говорим вежливо, соблюдаем принятые в обществе правила речевого этикета, мы всегда сохраним нормальные отношения с нашим собеседником — ведь мы демонстрируем к нему уважение, показываем, что мы хотим поддерживать отношения в дальнейшем. Это располагает собеседника к нам, а значит, делает возможным наше успешное воздействие на него.

Человека, соблюдающего нормы речевого этикета, в обществе замечают и выделяют из окружающих, его охотнее слушают, проявляют большее внимание к нему как к личности, а также к тому, что он говорит.

Соблюдение норм речевого этикета является эффективным средством речевого воздействия на собеседника. Как писал великий Сервантес, «ничто не обходится так дешево и не ценится так дорого, как вежливость». Этикетное поведение человека в общении наделяет его в глазах окружающих целым рядом положительных качеств;

► соблюдайте нормы культуры речи. Для эффективного вербального воздействия очень важно обладать правильной, культурной речью. Необходимо правильно ставить ударения, говорить в среднем темпе, не повышать громкость речи, употреблять слова в правильных значениях, не использовать грубых слов и мн. др.

Культурная, этикетная речь вызывает доверие к ее содержанию. Если человек говорит культурно, грамотно, мы думаем, что он хорошо учился, имеет хорошее образование, а значит — достаточно умен, видимо, разбирается в том, о чем он говорит. Речь такого человека сообщает нам о нем исключительно положительную информацию, мы проникаемся доверием к такому человеку.

***2. Фактор установления контакта с собеседником.***

Данный фактор связан с механизмом самоподачи: чтобы установить контакт с собеседником и поддерживать этот контакт, надо понравиться собеседнику.

Чтобы установить и поддержать контакт с собеседником, особенно важно соблюдать следующие *правила бесконфликтного общения*:

► произведите благоприятное внешнее впечатление;

► меньше говорите сами, дайте собеседнику поговорить о себе;

► укрупняйте собеседника;

► снижайте себя в глазах собеседника (принцип коромысла: не обязательно тянуть собеседника вверх, снижайте немного себя в его глазах);

► индивидуализируйте собеседника;

► говорите комплименты;

► отождествляйте свои интересы с интересами собеседника;

► интересуйтесь проблемами собеседника;

► вспоминайте совместный положительный опыт.

Естественно, наше общение с собеседником должно быть вежливым, соответствовать принятым в обществе стандартам поведения.

***3. Фактор содержания речи.***

Этот фактор объединяет правила, которые рекомендуют, о чем и в какой ситуации стоит говорить, а о чем не стоит:

► говорите на тему, которая интересует или должна заинтересовать собеседника;

► больше сообщайте положительной информации;

► сведите к минимуму негативную информацию;

► не давайте советов, если вас не просят (если дать совет все же необходимо, облекайте его в форму заботы);

► чаще обращайтесь к собеседнику («закон имени»);

► приводите аргументы, не будьте голословны;

► приводите примеры из жизни;

► используйте приемы, повышающие убедительность сообщаемой информации.

***4. Фактор языкового оформления.***

Эта группа правил связана с выбором тех или иных слов при выражении мысли:

► разнообразьте используемые слова, используйте синонимы, близкие по значению слова и обороты;

► используйте слова, вызывающие образы: это значит, что надо использовать больше конкретных слов (обозначающих действия, предметы) вместо абстрактных, обобщающих;

► используйте разговорную речь, не злоупотребляйте книжными словами;

► разнообразьте интонации, не говорите монотонно;

► держите одинаковый темп с партнером (нормальный темп — это около 120 слов в минуту);

► цифр приводите немного и округляйте их.

***5. Фактор стиля общения.*** Демонстрируйте:

► дружелюбие, искренность;

► воодушевление;

► умеренную эмоциональность;

► физическую бодрость, подвижность.

***6. Фактор объема сообщения.*** Будьте кратки. Говорите меньше собеседника и короткими предложениями.

***7. Фактор расположения информации.*** Важную информацию давать в начале и в конце; повторять несколько раз в различных местах своей речи разными словами.

**8. *Фактор адресата*** предполагает, что необходимо учитывать тип собеседника или аудитории и обращаться к ним с учетом особенностей их восприятия, уровня знаний, интересов. С разными людьми надо разговаривать и убеждать их по-разному. «Речь должна быть сшита по мерке слушателя, как платье — по мерке заказчика» [71].

Невербальные средства общения. Общение, будучи сложным социально-психологическим процессом взаимопонимания между людьми, осуществляется по двум основным каналам: вербальному (речевому) (от лат. *verbalis* — устный, словесный) и невербальному (неречевому).

***Невербальное общение*** — такое же средство передачи информации от человека к человеку, как и вербальное, только невербальная коммуникация пользуется другими средствами. Невербальные средства общения сопровождают, дополняют речь, а в некоторых случаях и заменяют ее (в таких случаях говорят — «понятно без слов»).

***Невербальные сигналы выполняют следующие функции***:

► передают информацию собеседнику;

► воздействуют на собеседника;

► воздействуют на говорящего (самовоздействие).

Во всех этих трех функциях невербальные сигналы могут использоваться говорящим сознательно или бессознательно.

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для непосредственного наблюдения индивидуально-психологических и социально-психологических характеристик личности. На основе невербального поведения раскрывается внутренний мир личности, осуществляется формирование психического содержания общения и совместной деятельности. Люди довольно быстро научаются приспосабливать свое вербальное поведение к изменяющимся обстоятельствам, но язык тела оказывается менее пластичным.

Невербальное общение включает более семисот тысяч мимических и жестовых движений рук и тела, а это значительно больше, чем слов в нашем родном языке. Более того, богатейший«алфавит» неречевых «слов» говорит об истинном состоянии человека, поскольку имеет рефлекторную природу.

В процессе общения в целом вербальные и невербальные факторы речевого воздействия самым тесным образом взаимосвязаны, однако есть и 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 (то есть отнесения собеседника к какой-либо категории людей — умный, хитрый, искренний и т.д.).

По данным Е. А. Петровой, при знакомстве в первые 12 секунд общения 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. А. Пиз в своей книге «Язык телодвижении» приводит полученные А. Мейербианом данные, согласно которым передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7%, звуковых средств (включая тон голоса, интонации звука) — на 38%, а за счет невербальных средств — на 55%.

К таким же выводам пришел и профессор Бердвиссл, который установил, что словесное общение в беседе занимает менее 35%, а более 65% информации передается с помощью невербальных средств. Между вербальными и невербальными средствами общения существует своеобразное разделение функций: по словесному каналу передается чистая информация, а по вербальному — отношение к партнеру по общению.

А. Пиз отмечает также, что невербальный канал несет примерно в пять раз больше информации, чем вербальный.

***Конгруэнтность —***соответствие смысла вербальных и сопровождающих их невербальных сигналов, неконгруэнтность — противоречие между ними. Установлено, что в условиях неконгруэнтности, если смысл невербального сигнала противоречит смыслу вербального сигнала, люди 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 поверит 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 к национально-культурным нормам, при неформальном общении проявляется их индивидуальность. Невербальная коммуникация наиболее активна у человека в детском и молодом возрасте, с увеличением возраста носителя языка она постепенно ослабевает.

В социально-психологических исследованиях разработаны различные ***классификации невербальных средств общения*,** к которым относят все движения тела, интонационные характеристики голоса, тактильное воздействие, пространственную организацию общения *(см. схему 5)*.

Основные невербальные средства общения. Наиболее значимые невербальные средства — кинесические средства.Это — зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. К кинесике относятся выразительные движения, проявляющиеся в мимике, позе, месте, взгляде, походке.

Особая роль в передаче информации отводится мимике — ­­движениям мышц лица, которую недаром называют зеркалом души. Исследования, к примеру, показали, что при неподвижном или невидимом лице лектора теряется до 10–15% информации.

Схема 5. Классификация невербальных средств общения



Главной характеристикой мимики является ее целостность и динамичность. Это означает, что в мимическом выражении шести основных эмоциональных состояний (гнева, радости, страха, страдания, удивления и отвращения) все движения мышц лица скоординированы, что хорошо видно из схемы мимических кодов эмоциональных состояний, разработанной *В. А. Лабунской*(*табл. 1)*.

Исследования показали, что все люди независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью и согласованностью интерпретируют эти мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. И хотя каждая мина является конфигурацией всего лица, тем не менее основную информативную нагрузку несут брови и область вокруг рта (губы). Так, испытуемым предъявлялись рисунки лиц, где варьировались только положение бровей и губ. Согласованность оценок испытуемых была очень велика — опознание эмоций было почти стопроцентным. Лучше всего опознаются эмоции радости, удивления, отвращения, гнева, сложнее — эмоции печали и страха.

С мимикой очень тесно связаны *взгляд*, или *визуальный контакт*, составляющий исключительно важную часть общения. Общаясь, люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если мимика отсутствует.

Визуальный контакт свидетельствует о расположенности к общению. Можно сказать, что если на нас смотрят мало, то мы имеем все основания полагать, что к нам или к тому, что мы говорим и делаем, относятся плохо, а если слишком много, то это либо род вызова нам, либо хорошее к нам отношение.

С помощью глаз передаются самые точные сигналы о состоянии человека, поскольку расширение и сужение зрачков не поддается сознательному контролю. При постоянном освещении зрачки могут расширяться или сужаться в зависимости от настроения. Если человек возбужден или заинтересован чем-то или находится в приподнятом настроении, его зрачки расширяются в четыре раза против нормального состояния. Наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет зрачки сужаться.

Таблица 1. Мимические коды эмоциональных состояний (по В. А. Лабунской)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Части и элементы лица** | **Эмоциональные состояния** | | | | | |
| **Гнев** | **Презрение** | **Страдание** | **Страх** | **Удивление** | **Радость** |
| Положение рта | Рот открыт | Рот закрыт | | Рот открыт | | Рот обычно закрыт |
| Губы | Уголки губ опущены | | | Уголки губ приподняты | | |
| Форма глаз | Глаза раскрыты или сужены | Глаза сужены | | Глаза широко раскрыты | | Глаза прищурены или раскрыты |
| Яркость глаз | Глаза блестят | Глаза тусклые | | Блеск глаз не выражен | | Глаза блестят |
| Положение бровей | Брови сдвинуты к переносице | | | Брови подняты вверх | | |
| Уголки бровей | Внешние уголки бровей подняты вверх | | | Внутренние уголки бровей подняты вверх | | |
| Лоб | Вертикальные складки  на лбу и переносице | | | Горизонтальные складки на лбу | | |
| Подвижность  лица и его  частей | Лицо  динамичное | | | Лицо застывшее | | Лицо динамичное |

|  |  |
| --- | --- |
| ! | Не только экспрессия лицевая несет информацию о человеке, но и его взгляд. |

Хотя лицо, по общему мнению, является главным источником информации о психологических состояниях человека, оно во многих ситуациях гораздо менее информативно, чем его тело, поскольку мимические выражения лица сознательно контролируются во много раз лучше, чем движения тела. При определенных обстоятельствах, когда человек, например, хочет скрыть свои чувства или передают заведомо ложную информацию, лицо становится малоинформационным, а тело — главным источником информации для партнера. Поэтому в общении важно знать, какую информацию можно получить, если перенести фокус наблюдения с лица человека на его тело и его движения, так как жесты, позы, стиль экспрессивного поведения содержат очень много информации. Информацию несут такие движения человеческого тела, как поза, жест, походка.

*Поза —*это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека. Общее количество различных устойчивых положений, которые способны принять человеческое тело, около 1000. Из них в силу культурной традиции каждого народа некоторые позы запрещаются, а другие — закрепляются. Поза наглядно показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Лица с более высоким статусом принимают более непринужденные позы, чем их подчиненные.

Одним из первых указал на роль позы человека как одного из невербальных средств общения психолог А. Шефлен. В дельнейших исследованиях, проведенных В. Шюбцем, было выявлено, что главное смысловое содержание позы состоит в размещении индивидом своего тела по отношению к собеседнику. Это размещение свидетельствует либо о закрытости, либо о расположенности к общению.

Показано, что «закрытые»***позы*** (когда человек как-то пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве; «наполеоновская» поза, стоя: руки, скрещенные на груди, и сидя: обе руки упираются в подбородок и т.п.) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики. «Открытые» позы (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Есть ясно читаемые позы раздумья (поза роденовского мыслителя), позы критической оценки (рука под подбородком, указательный палец вытянут к виску). Известно, что если человекзаинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и наклоняться в его сторону, если не очень заинтересован, наоборот, ориентироваться в сторону и откидываться назад. Человек, желающий заявить о себе, «поставить себя», будет стоять прямо, в напряженном состоянии, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра; человек же, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, спокоен, находиться в свободной непринужденной позе.

Практически все люди умеют хорошо «читать» позы, хотя, конечно, далеко не всегда понимают, как они это делают.

Так же легко, как и поза, может быть понято и значение ***жестов***, тех разнообразных движений руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон.

О той информации, которую несет *жестикуляция*, известно довольно много. Прежде всего важно количество жестикуляции. Как бы ни отличались разные культуры, везде вместе с возрастанием эмоциональной возбужденности человека, его взволнованности растет интенсивность жестикуляции, как и при желании достичь более полного понимания между партнерами, особенно если оно почему-то затруднено.

Конкретный смысл отдельных жестов различен в разных культурах. Однако ***во всех культурах есть сходные жесты,*** среди которых можно выделить:

► коммуникативные (жесты приветствия, прощания, привлечения внимания, запретов, удовлетворительные, отрицательные, во­просительные и т.д.);

► модальные, т.е. выражающие оценку и отношение (жесты одобрения и неудовлетворения, доверия и недоверия, растерянности и т.п.);

► описательные жесты, имеющие смысл только в контексте речевого высказывания.

В процессе общения не нужно забывать о *конгруэнтности,* т.е. совпадении жестов и речевых высказываний. Речевые высказывания и жесты, их сопровождающие, должны совпадать. Противоречие между жестами и смыслом высказываний является сигналом лжи.

И, наконец, *походка* человека, т.е. стиль передвижения, по которой довольно легко можно распознать его эмоциональное состояние. Так, в исследованиях психологов испытуемые с большой точностью узнавали по походке такие эмоции, как гнев, страдание, гордость, счастье. Причем, оказалось, что самая тяжелая походка при гневе, самая легкая — при радости, вялая, угнетенная походка — при страданиях, самая большая длина шага — при гордости.

С попытками найти связь между походкой и качеством личности дело обстоит сложнее. Выводы о том, что может выражать походка, делаются на основе сопоставления физических характеристик походки и качеств личности, выявленных с помощью тестов.

***Следующие виды невербальных средств общения связаны с голосом,*** характеристики которого создают образ человека, способствуют распознаванию его состояний, выявлению психической индивидуальности.

Характеристики голоса относят к просодическим и экстралингвистическим явлениям.

**Просодика —**общее название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона,

тембр голоса, сила ударения.

**Экстралингвистическая система** — включение в речь пауз, а также различного рода психофизиологических

проявлений человека: плача, кашля, смеха, вздоха и т.д.

Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения, они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния.

*Энтузиазм, радость* и *недоверие* обычно передаются высоким голосом, гнев и страх — тоже довольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звуков.*Горе, печаль, усталость* обычно передаются мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы.

*Скорость речи* также отражает чувства: быстрая речь — взволнованность или обеспокоенность; медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости.

|  |  |
| --- | --- |
| ! | Нужно уметь не только слушать, но и ­слышать интонационный строй речи, оценивать силу и тон голоса, скорость речи, которые практически позволяют выражать наши чувства, мысли, волевые устрем­ления не только наряду со словом, но и помимо него, а иногда и вопреки ему. |

Хорошо подготовленный человек может по голосу определить, какое движение совершается в момент произнесения той или иной фразы, и наоборот, наблюдая за жестами в ходе речи, можно определить, каким голосом говорит человек. Поэтому не нужно забывать, что иногда жесты и движения могут противоречить тому, что сообщает голос. Следовательно, необходимо контролировать данный процесс и синхронизировать его.

***К такесическим средствам общения*** ***относятся***динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя. Доказано, что динамические прикосновения являются биологически необходимой формой стимуляции, а не просто сентиментальной подробностью человеческого общения. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнеров, возраст, пол, степень их знакомства.

*Рукопожатия*, например, делятся на три типа: доминирующие (рука сверху, ладонь развернута вниз), покорное (рука снизу, ладонь развернута вверх) и равноправное.

*Похлопывание* по плечу возможно при условии близких отношений, равенства социального положения общающихся.

Такесические средства общения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют в общении функции индикатора статусно-ролевых отношений, символа степени близости общающихся. Неадекватное использование личностью такесических средств может привести к конфликтам в общении.

|  |  |
| --- | --- |
| ! | Общение всегда пространственно организовано. |

Одним из первых пространственную структуру общения стал изучать американский антрополог Э. Холл, который ввел термин «проксемика», буквальный перевод которого означает«близость». К проксемическим характеристикам относятся ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними. На проксемические характеристики общения прямое влияние оказывают культурные и национальные факторы.

Э. Холл описал нормы приближения человека к человеку — дистанции, характерные для североамериканской культуры:

► интимное расстояние (от 0 до 45 см) — общение самых близких людей;

► персональное (от 45 до 120 см) — общение со знакомыми людьми;

► социальное (от 120 до 400 см) — предпочтительно при общении с чужими людьми и при официальном общении;

► публичное (от 400 до 750 см) — при выступлении перед различными аудиториями.

|  |  |
| --- | --- |
| ! | Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается негативно. |

***Ориентация и угол общения*** — проксемические компоненты невербальной системы. Ориентация, выражаемая в повороте тела и носка ноги в направлении партнера или в сторону от него, сигнализирует о направлении мыслей.

*Позиции общающихся сторон за столом* определяются характером общения *(см. рис.1)*:

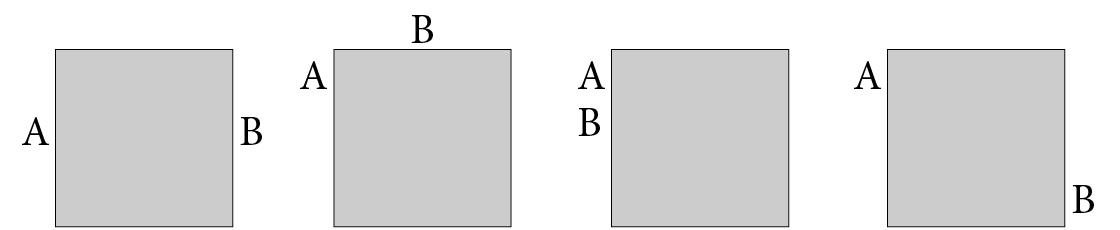


Рис. 1

Если общение носит сопернический или оборонительный характер, то люди садятся напротив; при обычной дружеской беседе — занимают угловую позицию; при кооперативном поведении — занимают позицию делового взаимодействия с одной стороны стола; независимая позиция выражается в расположении по диагонали.

***Невербальное поведение личности полифункционально***:

► создает образ партнера по общению;

► выражает взаимоотношения партнеров по общению, формирует эти отношения;

► является индикатором актуальных психических состояний личности;

► выступает в роли уточнения, изменения понимания вербального сообщения, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного;

► поддерживает оптимальный уровень психологической близости между общающимися;

► выступает в качестве показателя статусно-ролевых отно­шений.

**Невербальные средства усиления коммуникативной позиции говорящего** позволяют ему усилить свою коммуникативную позицию, то есть повысить эффективность общения. Среди этих невербальных сигналов могут быть выделены несколько факторов, объединяющих однотипные сигналы.

***Фактор внешности:***

*1.1. Одежда*. Коммуникативную позицию человека усиливает темная традиционная одежда, добротный материал, контраст темных и белых тонов. Усиливают воздействие высокие шляпки, каблуки, очки в темной роговой оправе. Выигрышно выглядит чистая, аккуратная одежда. Сочные цвета одежды характеризуют человека как радующегося жизни, успешного. Усиливает коммуникативную позицию говорящего умеренная модность его одежды.

*1.2. Прическа.* Высокая прическа повышает статус ее носителя. Интересно, что блондинок воспринимают обычно как более привлекательных, но при этом поверхностных, неглубоких в суждениях, а брюнеток воспринимают как более серьезных, умных, компетентных. Короткая прическа мужчины говорит о его деловитости, невысоком интеллекте, длинные волосы — о творческом начале, интеллектуальности.

*1.3. Силуэт.* Усиливает позицию человека прямоугольный силуэт одежды (и, наоборот, шарообразный силуэт, рукав реглан, мягкие свитера, джинсы ослабляют коммуникативную позицию говорящего). Чем ближе силуэт человека к прямоугольнику, тем эффективнее производимое им впечатление. Костюм для мужчины, традиционный английский костюм для женщины (с подплечниками) создают впечатление авторитетного, компетентного, надежного человека.

*1.4. Сложение.* Высокий рост, атлетическое телосложение усиливают коммуникативную позицию человека. Высокие люди пользуются большим авторитетом.

*1.5. Физическая привлекательность*. Физическая привлекательность человека ассоциируется у людей с положительными человеческими качествами. Физически привлекательные люди воспринимаются окружающими как общительные, популярные, успешные, убедительные (способные убеждать), счастливые, имеющие много друзей.

***2. Фактор взгляда.***

С собеседником (собеседниками) необходимо *поддерживать зрительный контакт.* Смотреть на собеседника надо примерно половину разговора, тогда это рассматривается как поддержание контакта. Если мы смотрим доброжелательно 60**–**70% времени на собеседника, он понимает, что нравится нам.

*Приветливый,* с улыбкой, кратковременный взгляд в глаза рассматривается как сигнал положительного отношения, заинтересованности, симпатии, стремления к контакту.

При продолжительном общении этикет требует смотреть не в глаза, а в лицо, не фиксируя, внимания на глазах собеседника. Пристальный взгляд в глаза рассматривается как проявление враждебности — не надо смотреть слишком пристально ни на кого.

При решении деловых вопросов надо использовать деловой взгляд — направленный на треугольник «глаза-нос», это создает впечатление серьезности намерений.

При дружеском общении взгляд лучше опускать ниже — на треугольник «глаза-рот», такой взгляд демонстрирует дружеское отношение, желание контактировать. Взгляд ниже, от глаз до груди, называется интимным, он показывает личную заинтересованность.

*Взгляд искоса* обычно говорит или об интересе, или о враждебности. Когда он соединяется со слегка поднятыми бровями или улыбкой, то говорит об интересе. Если он соединяется с опущенными бровями, нахмуренными бровями, или уголки рта опущены, то это говорит о подозрительном либо ироническом отношении.

Если собеседник вам неприятен, пытается оказать на вас давление — смотрите ему в «третий глаз» — на переносицу. Этим вы усиливаете свою коммуникативную позицию и ослабляет коммуникативную позицию собеседника.

***3. Фактор физического поведения.***

Это — язык мимики и телодвижений. Данный фактор предполагает правильное использование мимики, жестов и поз.

Наиболее эффективна и действенна *мимика* приветливости, ядром которой является улыбка.

Улыбка в общении выполняет множество функций: характеризует улыбающегося как носителя положительных признаков, как хорошего человека; вызывает ответную положительную эмоцию у собеседника, легко отзеркаливается; поднимает настроение самому говорящему; стимулирует продолжение контакта; тренирует около 40 мышц лица, предотвращает преждевременные морщины; уменьшает болевые ощущения.

Признак искренней улыбки — подвижность бровей в момент улыбки, если же брови неподвижны и человек улыбается одними губами — улыбка неискренняя.

Среди *жестов* и *поз* наиболее эффективными являются следуюшие. Во-первых, сигналы положительной оценки, расположения к собеседнику. Это такие сигналы, как «раскрытие»грудной клетки, движение рук в сторону собеседника, демонстрация ладоней, любые жесты говорящего у своего лица (если его собеседник в закрытой позе), наклон головы, движения кистями вверх, наклон вперед, движения туловища вперед. Во-вторых, использование правильных риторических жестов, прежде всего, усилительных (ритмические движения рукой, руками, указкой в такт речи). Указательные жесты следует делать ладонью, а не пальцем, иначе это выглядит как проявление агрессивности. В-третьих, для эффективного общения позы должны быть открытыми, ноги и руки не должны быть скрещены, грудная клетка должна быть открытой, подбородок слегка приподнят. Также осанка должна быть непринужденной, спина не должна быть сутулой (признак неуверенности), позвоночник должен быть прямым. Сидеть лучше всего не скрещивая ноги, садиться на все сиденье (передвигаться в процессе общения на краешек сиденья — значит демонстрировать заинтересованность), не расставлять широко ног (это воспринимается обычно как равнодушие, безразличие), не класть руки на живот. Голова чуть вперед, слегка приоткрытый рот — признак внимания к собеседнику.

*Движение* в процессе общения надо тоже правильно использовать. Во время выступления перед аудиторией рекомендуется наклоняться в сторону аудитории, протягивать руки в сторону слушателей, выходить к ним из-за трибуны, прохаживаться по аудитории.

*Походка* тоже выполняет знаковые функции. Производит положительное впечатление умеренно энергичная походка, бодрость движений. Не следует держать на ходу руки в карманах — это воспринимается как проявление скрытности, неуверенности.

Манипуляции с предметами (очками, ручками, карандашами, сигаретами, рисование абстрактных узоров на бумаге, позвякивание ключами и т.д.) не рекомендуются в процессе общения, они выдают негативный настрой человека, его затруднения, нерешительность, то есть то, что демонстрировать не стоит.

***4. Фактор организации пространства общения.***

Этот фактор объединяет сигналы, связанные со значимым расположением собеседников относительно друг друга.

*Дистанция общения*: чем ближе, тем эффективней, но подходить ближе 40–50 см не рекомендуется — это интимная зона человека, и он рассматривает вторжение в нее других как покушение на собственную свободу и неприкосновенность. В целом замечено, что люди склонны общаться с теми, кто ближе пространственно. Если люди хотят общаться — подходят друг к другу, не хотят — не подходят или даже отходят.

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

Умеренный пространственный экспансионизм (то есть стремление сокращать дистанцию до собеседника, занять больше пространства) также повышает эффективность речевого воздействия: несколько вытянуть вперед ноги, положить руку на спинку соседнего стула, на котором сидит собеседник, занять много места за столом, случайно прикоснуться к вещам, окружающим собеседника.

*Горизонтальное расположение* участников общения: люди за круглым столом непроизвольно доброжелательны, через стол напротив друг друга — наоборот, склонны к спору, конфронтации. Самая эффективная позиция для деловой беседы — через угол стола лицом к лицу друг с другом или вполоборота друг к другу. Замечено также, что когда люди сидят рядом, то убеждать слева направо (в сторону правой руки) легче, чем справа налево.

*Вертикальное расположение*: чем выше, тем эффективней («закон вертикального доминирования»). Высокие люди всегда кажутся авторитетней, цари не случайно сидят на тронах и носят короны. Выступать поэтому лучше стоя, а также лучше вставать, если хотите сказать что-либо важное. Выгодно сидеть несколько выше собеседника.

Влияет на эффективность общения и само *место общения*: есть «закон темного угла»: в темном, тесном помещении с низким потолком легче убеждать, чем в большом и светлом. Если ограничить подвижность собеседника и разговаривать с ним, «зажав в угол», коммуникативная позиция собеседника будет ослаблена.

Влияет на эффективность общения и *принадлежность территории* — легче убеждать человека, явившись на его территорию (например, к нему домой). 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 имеется настрой на их решение. Разговор на территории собеседника эффективен, когда приход к нему является неожиданным, без предупреждения [71].