

# 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 влияние в конкретной коммуникативной ситуации, а также эффективность 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.**











**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.**