Тема 8. Інформаційно-комунікативні та інтерактивні аспекти спілкування. План

1. Спілкування як обмін інформацією.

2. Основні форми взаємодії людей.

3. Поняття про психологічний вплив та його засоби.

Література

1. Азарнова А. Поединок с манипулятором. Защита от чужого влияния. – СПб.: Питер, 2016. – 336 с.

2. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 376 с.

3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. [Пер. с англ.] / М.С. Мацковский. – СПб.: Специальная литература, 1996. – 398 с.

4. Горин С. А вы пробовали гипноз? – М., 1994. – 192 с.

5. Добрович А.Б. Воспитателю о психологии и психогигиене общения. Книга для учителя и родителей. – М.: Просвещение, 1987. – 206 с.

6. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – СПб.: Речь, 2004. – 304 с.

7. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации.- М.: Наука, 1984. – 268 с.

8. Корнєв М.Н., Коваленко А.Б. Соціальна психологія: Підручник. – К.: Либідь, 2008. – 301 с.

9. Майерс Д. Социальная психология: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 1997. – 688 с.

10. Малкова Т.М. Психологія вищої освіти. Текст лекцій. – К.: Національна академія внутрішніх справ України, 2005. – С. 90-105.

11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. – М.: Дело, 1998.- 701 с.

12. Надирашвили Ш.А. Психология пропаганды. – Тбилиси: Мецниереба, 1978. – С.110.

13. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2010. – 649 с.

14. Русинка І.І. Психологія: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2009. – 512 с. 15. Трусов В.П. Социально-психологические исследования когнитивных процессов (по материалам зарубежных экспериментальных работ) // В.Я.Ядов, Н.В. Кузьмина. – Л.: ЛГУ, 1980. – 144 с.

16. Філоненко М. М. Психологія спілкування. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 383 с.

17. Цимбалюк І.М. Психологія спілкування: Навч. посібник – К.: Основи, 2007. – 390 с.

18. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. [Пер. с англ.]- Мн.: ТПЦ «Полифакт», 1992. – 128 с.

19. Якунин В.А. Педагогическая психология: Учеб.пособие / Европ. Ин-т экспертов. – СПб.: изд-во Михайлова В.А.: изд-во «Полиус», 1998. – 639 с. 1.

Термін «комунікація» латинського походження й означає «спільне», «поєднуюче», «сумісне». Цей термін широко вживаний в теорії інформації та теорії зв’язків. Під комунікацією зазвичай розуміють простий обмін або передачу інформації чи повідомлення. В широкому значенні цього слова «комунікація» – це будь-який зв’язок між людьми. При такому його розумінні поняття «комунікація» є більш загальним по відношенню до поняття «спілкування». Під спілкуванням найчастіше розуміють безпосередні форми взаємодії між людьми. Серед структурних елементів спілкування Ломов Б.Ф. виділяє такі як відправник повідомлення, одержувач повідомлення, саме повідомлення (його зміст, форма та код або мова).

В моделі Ласуела Г. виділяються такі елементи як: І) відправник (хто передає повідомлення); 2) зміст (що передається); З) канал передачі; 4) одержувач (кому адресоване повідомлення); 5) ефект (результат) повідомлення. Перш за все спілкування може бути розглянуте як процес передачі, прийому та взаємного обміну інформацією. В цьому розумінні поняття «спілкування» близьке до поняття «комунікація». Якщо розглядати спілкування як обмін інформацією, то можна виділити окремі види спілкування в залежності від його предмет а. Ємельянов Ю.М. виділяє ці види в залежності від того, що є приводом для спілкування: події, об’єкти зовнішнього світу та способи їх перетворення; партнери по спілкуванню; взаємостосунки між партнерами по спілкуванню. У першому випадку спілкування опосередковане предметною діяльністю, у другому – предметна діяльність продовжує імпліцитно визначати взаємостосунки й стани людей, у третьому має місце «спілкування із приводу самого спілкування». До цих трьох типів спілкування можна додати услід за Шибутані Т. ще один – спілкування людини із самою собою. Комунікативні процеси між людьми якісно відрізняються від чисто інформаційних процесів (наприклад, в технічних пристроях). Так, Холмс Дж. показав, що у спілкуванні двох осіб із психологічної точки зору приймають участь фактично шість. Наприклад, спілкуються Джон та Генрі.

Схематично це спілкування можна зобразити так: Джон Генрі 1. Джон, який він є (Джон, яким його створив Господь Бог) 1. Генрі, який він є (яким його створив Господь Бог) 2. Джон, яким він бачить себе 2. Генрі, яким він бачить себе 3. Джон, яким його бачить Генрі 3. Генрі, яким його бачить Джон 4. Джон, яким йому видається його образ у свідомості Генрі 4. Генрі, яким йому видається його образ у свідомості Джона (Т. Ньюком і Ч. Кулі ускладнили ситуацію до восьми персон, додавши ще: Джон, яким йому видається його образ у свідомості Генрі, і відповідно, то ж для Генрі). На відміну від комунікації в технічних системах в людському спілкуванні інформація не просто передається, а розвивається, уточнюється, збагачується. У спілкуванні люди не лише обмінюються вже відомою інформацією. Вони можуть її змінювати, перетворювати й створювати нову. Спілкування не можна звести до руху інформації в прямому або зворотному напрямках. Основна задача інформаційного обміну у спілкуванні – пошук спільного смислу, спільної точки зору. Велике значення для досягнення згоди має розуміння й інтерпретація людьми інформації, що передається. Яноушек Я., який визначив комунікацію як процес передачі та розуміння значень, виділяє в ній два аспекти – предметний (або змістовний) та інтерпретаційний. Останній пов’язаний з тим смислом, яким наділяють учасники спілкування значення, що передаються. Отже, інформація, що міститься в повідомленнях, завжди виступає як суб'єктивно інтерпретований зміст. Зміст будь-якого повідомлення багаторазово 45 опосередковується різноманітними психологічними властивостями і комунікатора, і реципієнта. Формування повідомлення опосередковано особистістю комунікатора, його уявленнями про реципієнта та ставленням до нього. Комунікатор кодує повідомлення за допомогою індивідуального словника – т езауруса й особист існих смислів й надає йому певної форми у відповідності із специфікою каналу комунікації. Далі повідомлення кимсь сприймається, причому реципієнтом може бути і сам автор повідомлення. Зміст повідомлення змінюється в залежності від того, хто його отримує. Надіслане повідомлення опосередковується, трансформується, змінюється під впливом індивідуально-психологічних та особистісних якостей реципієнта, його ставлення до повідомлення та до автора. Одиницею спілкування Дрідзе Т.М. вважає т екст , який є системою смислових елементів, об’єднаних у єдину замкнену ієрархічну комунікативно-пізнавальну структуру задумом (комунікативним наміром), що відповідає даній конкретній меті суб'єктів спілкування (4, с. 71). Саме спілкування Дрідзе розуміє як ланцюг актів породження та інтерпретації текстів. Спілкування як комунікативний процес – це постійний обмін текстами між його учасниками, безперервні акти їх породження та інтерпретації. Текст не може бути зведений до засобів та способів його виконання. В тексті перш за все реалізується комунікат ивний задум, мета спілкування. Спочатку визначається мета, а вже потім – тема (зміст) і засоби. Такий підхід до практики навчання, наприклад, іноземній мові, вимагає зміни парадигми: замість вивчення мови задля можливості спілкування – спілкування заради вивчення мови. Текст – це результат втілення певного комунікативно-пізнавального наміру. Задуму підпорядковуються засоби його реалізації – змістовно-смислові одиниці спілкування. Інформат ивніст ь т екст у – це та його частина, яка стала надбанням реципієнта. Виділяють первинну та вт оринну інформативність. Первинна інформативність – це та смислова частина тексту, яка вилучена реципієнтом і збіжна з наміром комунікатора. Вт оринну інформативність складає та частина інформації, яка виявилася корисною для реципієнта, але не входила в задум комунікатора. Вилучення другорядної інформації замість основної свідчить про слабкість комунікативного потенціалу реципієнта. Ефективність текстового повідомлення залежить від обраних лінгвістичних засобів спілкування. Ті з них, які сприяють адекватному розумінню тексту, називаються лінгвіст ично релевант ними. Готовність до адекватного тлумачення текстів і повідомлень визначається т езаурусом, тобто спільною сист емою значень, якої прит римуют ься всі члени даної соціальної спільнот и. Водночас у залежності від соціальних, політичних, етнічних, професійних, вікових і індивідуально- психологічних особливостей значення одних і тих же слів сприймається різними людьми по-різному. Тезаурус окремої особи або групи людей завжди містить як спільні, так і специфічні елементи. Переважання в тезаурусі специфічних для даної соціальної групи значень може привести до викривлення смислу повідомлення, його часткового розуміння. Професійна мова спеціалістів однієї області знань може виявитися недоступною для представників інших спеціальностей. Подібні проблеми виникають і в практиці навчання. Викладач завжди має враховувати вихідний тезаурус студентів. Перетворення наукової інформації у навчальний предмет означає переведення її у систему значень (тезаурус), спільних для викладачів і студентів. 2. Основними формами взаємодії людей в спільній діяльності є сприяння (допомога) та протидія, тобто кооперація і конкуренція, співробітництво і суперництво, згода і конфлікт, асоціація і дисоціація, прибудова й опозиція. Структура взаємодії відповідає типу задачі. Фашо К. і Московичі С. встановили, що у випадку збіжних або однакових паралельних цілей (тобто таких, досягнення яких не потребує об'єднання індивідуальних зусиль), 46 висока ефективність досягається за умови децентрації комунікацій. Горизонтальні комунікації в таких випадках більш ефективні. При рішенні задачі, яка вимагає інтенсивної взаємодії учасників, висока результативність досягається при використанні централізованих форм. Тип внутрішньогрупової взаємодії залежить від того, як спільна задача і її цілі сприймаються кожним членом групи. Ньюком Т. виявив, що структура безпосередніх форм взаємодії змінюється в залежності від збіжності, узгодженості, єдності ціннісних орієнтацій, атитюдів, установок членів групи відносно певних об’єктів та явищ. Чим сильніше виражена солідарність членів групи з цінностями один одного, із груповими нормами та цінностями, тим більш кооперованою стає їх взаємодія. Петровський А.В. та його співробітники встановили, що одним із найважливіших факторів внутрішньогрупової взаємодії є єдність поглядів членів групи відносно цілей і змісту спільної діяльності (ціннісно-орієнтаційна єдність членів групи – ЦОЄ). На стадії реалізації цілей формою внутрішньогрупової інтеграції стає організованість. Організованість групи – це здатність групи зберігати стійкість своєї структури при зміні її функцій. Організованість проявляється у єдності дій, самоуправлінні, лідерстві. Крім організованості передумовою внутрішньогрупової інтеграції є сумісність та спрацьованість членів групи. Спрацьованість Обозов М.М. визначає як ефект взаємодії, який обумовлює успішність та результативність спільної діяльності. Сумісність - це ефект взаємодії, який забезпечує задоволеність членів групи один одним. Інтегративна функція цілей не обмежується сферою функціональної взаємодії. Вона охоплює також область міжособистісного пізнання і відносин. За даними Андрєєвої Г.М., повнота відображення особистісних якостей учасників спільної діяльності залежить від типу кооперативної взаємодії (паралельно-індивідуальної; послідовної; взаємопов’язаної). Встановлено, що будь-яка форма кооперативної взаємодії підвищує ступінь повноти відображення й оцінки особистісних якостей учасників спільної діяльності, причому чим більш взаємопов'язаною є форма кооперації, тим більш повно і точно відображаються властивості особистості і перш за все – ділові якості. Кількість міжособистісних конфліктів, їх зміст та інтенсивність також залежить від форми організації взаємодії. Чим більш інтенсивною є взаємодія, тим більшою є ймовірність формування сприятливого соціально-психологічного клімату. Таким чином, цільові характеристики сумісної діяльності через організацію функціональної кооперативної взаємодії стають чинником емоційної інтеграції і згуртованості. 3. Психологічний вплив людини на людину в процесі спілкування можна визначити як процес свідомої або несвідомої взаємодії, результатом якої є зміни в їх психіці та поведінці. Психологічний вплив може мати симетричний і асиметричний характер. В останньому випадку прийнято розрізняти суб’єкт (ініціатор) та об’єкт (реципієнт) психологічного впливу. Психологічний вплив може здійснюватися як на вербальному (мовному), так і на невербальному (немовному) рівні. Можна виділити такі різновиди психологічного впливу як психічне насильство (відкрите примушування), маніпулювання (замасковане психічне насильство), нейролінгвістичне програмування (замасковане психічне насильство за допомогою застосування спеціальних психологічних прийомів), зараження, наслідування, навіювання, переконання та участь. Метою свідомого (і усвідомлюваного його «об’єктом») відкритого психічного насильства є психологічна капітуляція особистості, спричинена застосуванням психічного примусу. Іншими словами, психічне насильство – це активне цілеспрямоване застосування засобів психологічного впливу, спрямованих на примус людини до здійснення небажаних для неї вчинків (це визначення стосується тільки тих випадків, коли людина ясно розуміє, чого від неї домагаються). Засобами психологічного впливу в цьому разі є погроза, шантаж, образи, лайка, демонстрація сили та можливостей, тобто усі засоби залякування. 47 Замасковане психічне насильство може ґрунтуватися на фальсифікації, омані, дезінформації з метою формування бажаної для ініціатора поведінки «жертви». Основою маніпулювання є створення умов та обставин, під тиском яких у людини виникають певні емоції, які скеровують її поведінку в потрібному для ініціатора впливу напрямі. Маніпулятор впливає на несвідоме, на емоції, без розкриття справжньої мети, мотивів та способів взаємодії. Дуже часто він використовує не сильні, а слабкі сторони своєї жертви: її страхи та тривоги, заздрісність, жагу помсти, ревнощі, пожадливість, марнолюбство, розгальмованість потягів тощо. Психологічно подібні до маніпулятивних засоби та прийоми психолінгвістичного програмування. Метою їх є створення «пасток для свідомості», завдяки чому відкривається прямий доступ до несвідомого. Відволікання свідомості досягається за допомогою найрізноманітніших прийомів мовного та немовного впливу та їх комбінуванням. Серед них найбільш відомими є такі як інформаційне перевантаження, «забалакування», «розрив шаблону» та інші. Навіювання пов'язане з некритичним прийняттям людиною тієї чи іншої інформації. Навіювання може здійснюватися як довільно, так і мимовільно, може бути прямим або побічним. Найважливішою психологічною умовою ефективності навіювання е відсутність раціонального осмислення індивідом змісту повідомлення (через авторитетність або принадливість особи, яка його здійснює). Лебон Г. розрізняв чарівливість влади, успіху, багатства, розуму, вроди та особистості і вважав, що чарівливість споріднена з гіпнозом. Психічне зараження – це не умисна підсвідома схильність індивіда перейматися емоціями інших людей. Імовірним психологічним механізмом зараження є мимовільне відтворення людиною зовнішніх проявів емоцій¬ного стану іншої людини і тим самим – відтворення цього стану. Зараження здійснюється на несвідомому рівні ( і з боку того, хто «заражає», і з боку того, хто «заражається»). Вплив зараження є особливо відчутним у натовпі. Психічне наслідування – це більш менш свідоме дотримання певних зразків або прикладів дій та поведінки. Переконання базується на логічному обґрунтуванні істинності якого-небудь судження за допомогою аргументів. Переконання можна визначити як ефективну передачу своєї точки зору. Посилання на власний досвід, авторитет, традиції, хоча й не є логічними доказами, можуть сприйматися як такі. Ефективність переконання певної людини залежить перш за все від ступеня відповідності обраної переконуючим системи аргументації внутрішній логіці переконуваного та його системи цінностей. Важливою психологічною передумовою ефективності переконання є довіра до того, хто переконує. Переконання великої кількості людей здійснюється шляхом керування процесом взаємодії «більшості» та «меншості». Вплив більшості ґрунтується на природному бажанні кожної людини «бути прийнятим» групою, бути «як всі». Вплив меншості, яка спочатку сприймається й оцінюється негативно, – тому, зокрема, що підриває єдність групи, – ґрунтується на таких її особливостях як послідовність, згуртованість, незламність. Саме ці риси поведінки роблять позицію меншості чіткою та виразною. Вплив меншості зростає, якщо меншість виявляє твердість перед загрозою санкцій або коли до неї приєднуються нові члени групи. Вплив меншості падає при появі ознак її роз’єднаності, непослідовності, небажання дійти згоди з іншими в умовах відсутності загрози застосування санкцій. Психологічний вплив, який полягає в залученні членів групи до участі в прийнятті рішень або до певних дій, заснований на переведенні суб’єкта з позиції пасивного спостерігача в позицію активного діяча. Дослідженнями Курта Левіна було доведено, що люди набагато легше приймають певні погляди, змінюють установки, якщо вони самі беруть участь у їх формуванні. Під час другої світової війни під керівництвом Курта Левіна був проведений соціально-психологічний природний експеримент щодо умов ефективності переконуючого впливу. В якості піддослідних виступили домогосподарки. Ішлося про 48 можливість використання в їжу непопулярних серед американських домогосподарок так званих субпродуктів (серця, нирок, легенів тощо). Одній частині домогосподарок прочитали лекцію про придатність м’яса цього типу для приготування їжі та необхідність його використання під час війни. Їм були надані відповідні рекомендації та рецепти. В іншій групі домогосподарок було проведено дискусію з цього приводу. Виявилося, що серед домогосподарок, які прослухали лекцію про доцільність використання м’яса даного типу, лише 3% почали використовувати його реально. Серед домогосподарок, які прийняли участь в дискусії, таких було 32% [8]. Отже, переконуючий вплив виявився більш ефективним за умови активної участі членів групи в обговоренні даної проблеми. Вплив через участь у прийнятті рішень оснований на задоволенні потреби людини у компетентності, самовираженні, досягненні успіху. Люди взагалі не люблять, коли їм нав'язують свою волю або думку. У 40-і роки ХХ століття на одній з швацьких фабрик в США було проведено дослідження ефективності прийняття участі в обговоренні деяких пов’язаних із виробництвом питань. Виявилося, що коли робітники брали участь в обговоренні запропонованих в їх роботі змін, вони чинили надалі менший опір цим змінам порівняно з тими робітниками, яких не залучали до участі в прийнятті рішень щодо цих змін. В першому випадку спостерігалися також більш висока продуктивність праці і менша плинність кадрів.