**Закони комунікації**





**Закон віддзеркалення у спілкуванні**

****

Цей закон ми часто спостерігаємо в спілкуванні. Сутність його може бути сформульована таким чином: *співрозмовник в процесі комунікації імітує стиль спілкування свого співрозмовника*. Це робиться людиною автоматично, практично без контролю свідомості.

Наприклад, якщо в загальній розмові хтось раптом починає говорити пошепки, то всі спілкуються мимоволі звертають на це увагу і знижують гучність свого голосу - віддзеркалюють. Якщо хтось починає кричати, його співрозмовник, та й всі навколишні відчувають величезну спокусу теж підвищити голос. Якщо на нас накричав керівник, а ми не можемо йому відповісти тим же, ми відчуваємо дуже великий дискомфорт від того, що стримуємо себе і не можемо віддзеркалити, відповісти йому тим же.

Закон віддзеркалення вступає в дію тоді, коли хто-небудь допускає відхилення від норм спілкування: всі говорили нормально, і хтось раптом почав кричати - ми можемо відчути підсвідоме бажання відповісти тим же.

Віддзеркаленню можна опиратися, і таким чином можна запобігти або послабити конфлікт, що виник, або навіть скандал: на вас кричать, а ви демонстративно знижуєте гучність, говорите дещо повільніше й тихіше, ніж зазвичай, збільшуєте паузи між словами. І тут вже настає черга співрозмовнику віддзеркалити ваш спокійний тон, він починає заспокоюватися. Але це не точно)

Найбільш часто і легко віддзеркалюємо гучність мови, емоційність, темп мови, жести, крок, частоту дихання співрозмовника. Діти в поведінці і манері мови віддзеркалюють своїх батьків, вчителів, спортивних та музичних кумирів. Помічено, що найбільш швидко і ефективно віддзеркалюють негативні вербальні і невербальні сигнали. Сварка часто "побудована" на віддзеркаленні: - А ти чому ...? - А ти чому?

Віддзеркалення відображає принцип "подібне породжує подібне". Доброзичлива манера спілкування робить співрозмовника доброзичливим, агресивна манера викликає у нього бажання відповісти тим же. Описаний випадок, коли мавпі повісили в клітці фотографію розлюченої мавпи, так вона кілька днів стрибала по клітці, поводилася агресивно і відмовлялася від їжі.

*- Я сьогодні щось погано себе почуваю ... - Ви знаєте, і я погано себе почуваю ... Як голова болить! - Ви знаєте, у мене теж ... Або: - Уявляєте, син зовсім не хоче вчитися! Прямо не знаю, що і робити! -Ви Знаєте, з моїм та ж історія. Що з ними усіма відбувається?*

*Або: Зі святом вас! - І вас зі святом! - Ви мені дуже симпатичні! - І ви мені теж дуже подобаєтеся!*

Тематичне віддзеркалення (як, втім, і віддзеркалення пози, ритму дихання, ритму руху співрозмовника та ін.) Дозволяє встановити і підтримати добрі стосунки зі співрозмовником, це ефективний прийом збереження доброзичливого контакту зі співрозмовником, один з найважливіших принципів безконфліктного спілкування. До речі, помічено, що якщо ви перебуваєте один з одним, то часто починаєте віддзеркалювати пози, жести, інші елементи поведінки. Люди, які довго живуть разом, взагалі стають схожими один на одного в спілкуванні і поведінці. Кажуть, що і собаки стають схожими на своїх господарів, а ті - на своїх вихованців.

**Закон залежності ефективності спілкування**

**від обсягу комунікативних зусиль**

** **

Цей закон може бути сформульований так: *чим більше комунікативних зусиль витрачено промовцем, тим вище ефективність його мовного впливу.*

У науці про мовленнєвий вплив поняття ефективності принципово відрізняється від підходу до проблеми ефективності в сфері виробництва. У промисловості ефективно таке виробництво, при якому одиниця продукції зроблена з мінімальними витратами. У спілкуванні - навпаки: не можна підвищувати ефективність, знижуючи витрати, треба застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватись законів і правил спілкування, застосовувати прийоми мовного впливу, дотримуватися нормативні правила спілкування, норми етикету і т. д, тобто необхідно збільшувати витрати.

Звичайно, це важко, легше просто накричати на співрозмовника або силою змусити його що-небудь зробити. Однак, як ми вже знаємо, таке спілкування виявляється в кінцевому підсумку неефективним - на вас образяться, затаять злобу, зроблять, але погано, пообіцяють і підведуть і т.д.

А якщо ви доклали дуже багато комунікативних зусиль, а результату все одно не досягли? Це означає, що зусиль ви доклали, мабуть, все-таки недостатньо або скористалися не тими прийомами.

Звернемо увагу на те, що, як показують спостереження, короткі прохання і розпорядження завжди виконуються людьми менш охоче - вони завжди сприймаються як більш грубі, агресивні. Ввічливість передбачає більш розгорнуті формули прохання, розпорядження і т.д. - Такі формули дозволяють застосувати кілька прийомів встановлення контакту, подати кілька сигналів ввічливості, розташування до співрозмовника, зробити кілька «поглажувань» (Е. Берн). Саме тому *треба вчитися* просити, відмовляти, аргументувати і т.д. розгорнуто - це завжди виявляється більш ефективно.

Таким чином, ефективність комунікації прямо пропорційна обсягу грамотно витрачених комунікативних зусиль.

**Закон прогресуючого нетерпіння слухачів**



Даний закон можна сформулювати так: *чим довше говорить людина, тим більше неуваги і нетерпіння проявляють її слухачі.*

Як би не був цікавий оратор або оповідач, як би не були налаштовані слухачі або співрозмовники - чим довше він говорить, тим менше його слухають і тим більше думають про те, що він явно затягнув свою промову і йому пора закінчувати. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди здається вдвічі довшою першої, а останні десять хвилин - втричі довший перших десяти. Приблизно можна уявити загальну картину наступним чином:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   |  тривають |  сприймаються як |
|  Перші 10 хвилин |  10 хв |  10 хв |
|  Другі 10 хвилин |  10 хв |  20 хв |
|  Треті 10 хвилин |  10 хв |  30 хв |
|  Загальна тривалість мови |  30 хв |  60 хв |

Зі сказаного вище випливає важливий висновок: ефективна мова повинна бути короткою, і краще, якщо вона не буде виходити за межі 10 хвилин.

**Закон падіння інтелекту аудиторії**

**зі збільшенням її розміру**

**хм…**



Цей закон означає: *чим більше людей вас слухають, тим нижче середній інтелект аудиторії.*

Іноді це явище називають ефектом натовпу: коли слухачів багато, вони починають гірше "міркувати", хоча особистий інтелект кожної окремої людини при цьому, звичайно, зберігається. Наприклад, грубий жарт лектора в аудиторії з 10 осіб буде відкинутий, а в аудиторії з 100 чоловік значна частина людей засміється або створить "пожвавлення в залі". І це зовсім не наслідок того, що у великій аудиторії можуть виявитися малокультурні або непідготовлені в інтелектуальному відношенні люди - 100 академіків теж зреагують на вульгарний жарт, який вони б не прийняли б удесятьох.

Це явище пов'язане з тим, що у великій масі людина починає гірше мислити логічно, в її розумовій діяльності починає домінувати права емоційна півкуля. Людина в натовпі і просто серед великої маси людей менш уважна до сенсу слів, гірше розуміє звернену до неї мову, ніяк не розуміє складні пропозиції, практично не може продуктивно вирішувати складні інтелектуальні завдання.

Людина в "масі" легше реагує на штампи, прописні істини, грубі жарти, примітивні заклики - особливо на негативні і деструктивні (*ламай, бий, пали, підпалюй, геть*), І при цьому майже не сприймає заклики позитивні або конструктивні. У великій масі у людини посилюються емоційні реакції і послаблюються в цілому інтелектуальні функції, знижується критичність сприйняття.

Звідси випливає, що виступати перед великою аудиторією людей треба зовсім не так, як перед маленькою, і переконувати більшу аудиторію потрібно по-іншому, ніж маленьку. Тому виступи на масових мітингах мають свою специфіку - щоб оратора зрозуміли і прийняли його ідеї, треба говорити коротко, емоційно, короткими фразами, голосно, впевнено, простими виразами, приводити загальновідомі істини, прислів'я і приказки, використовувати простий гумор, обов'язково закінчувати виступ простим і коротким закликом, гаслом. Такий виступ сприймається в основному емоційно і тому виявляється зазвичай ефективним.

Перед невеликою аудиторією виступати треба зовсім по-іншому, а переконувати одного-єдиного співрозмовника виявляється найважче - він зовсім не такий довірливий, як натовп.

**Закон комунікативного самозбереження**

****

Закон формулюється так: *людина в спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею на даний момент комунікативне рівновагу.*

Це - прояв загального закону самозбереження, якому підпорядковується життєдіяльність усіх живих істот. Закон діє на несвідомому рівні.

Прояви дії цього закону досить різноманітні. Так, наприклад, нова, незвична ідея, повідомлена співрозмовнику, в перший момент їм зазвичай відкидається*.* Іншими словами, якщо людина раптом отримує інформацію, яка суперечить сформованій в неї на даний момент думці, то перша думка, яка приходить в голову - що ця інформація є помилковою, хто повідомив – не правий, ця ідея шкідлива, її треба відкинути.

Чому так відбувається? Інформація, яку отримує людина, спочатку обробляється або, точніше сказати, фільтрується правою півкулею мозку, яка відповідає за образне мислення і емоції. Це півкуля і відкидає (чисто емоційно, без серйозного аналізу) нову незвичну ідею, оскільки вона порушує вже сформовані у людини уявлення, дестабілізує її психічний стан. Заперечення нової ідеї - це результат опору психіки, що береже психічну, фізичну, інтелектуальну рівновагу людини, досягнуту на даний момент. Перший порив завжди емоційний, перша реакція - теж, і тому довіряти їм в серйозних випадках не можна.

Для того, щоб правильно, об'єктивно оцінити слова співрозмовника, прийняти вірне рішення, необхідно ці слова осмислити, а це повинна зробити ліва логічна півкуля. Для осмислення потрібен час, потрібна спокійна обстановка, для прийняття правильного рішення потрібні логічні зусилля, іноді - додаткова інформація, порада.

Практика показує, що ніяку ідею не можна відкидати відразу, у ній може бути раціональне зерно; треба боротися зі спокусою відразу говорити "ні" співрозмовнику, якщо ідея для нас нова або незвична; треба дати собі час обміркувати нові ідеї і пропозиції, повідомлені вам.

Крім того, необхідно мати на увазі, що в силу дії цього закону не можна без підготовки випалювати нові ідеї, потрібно співрозмовника до них підготувати.

Як говорить китайське прислів'я, "перукар, перш ніж голити, намилює". І ще: завжди потрібні аргументи, які співрозмовник міг би проаналізувати в спокійній обстановці; "На слово", відразу, без аргументів ніхто не повірить; не можна вимагати від співрозмовника негайного прийняття висловленої вами нової, несподіваної для співрозмовника ідеї - навіть якщо він під вашим тиском відразу погодиться, через якийсь час він все одно може змінити своє рішення.

Ще один прояв закону комунікативного самозбереження можна бачити в тому, що люди зазвичай намагаються утримуватися від висловлювання своєї точки зору, якщо бачать загрозу її критики або відкидання. Якщо, наприклад, людина бачить, що інших обривають, не дають їм висловитися, то вона і сама мовчатиме. В умовах примусового вертикального спілкування людина нерідко відчуває велику спокусу сказати те, що хоче почути керівник, те, що «треба сказати» в даній ситуації. Цим самим людина виводить себе з-під можливого морального удару. Психологічні дослідження показують, що тільки три людини з 100 не підпадають під дію цієї закономірності.

Закон комунікативного самозбереження спонукає людей пропускати повз вуха інформацію, яка суперечить вже склався у них думку (таку інформацію вони часто просто «не чують», або говорять фрази типу «Так, але я все одно вважаю, що ..., я все одно залишаюся при своїй думці »). Часто в такій ситуації люди намагаються знайти будь-які, зазвичай вельми поверхневі аргументи, щоб залишитися при своїй думці (наприклад, курці говорять, що всі статті про шкоду куріння пишуть некурящі, або що такі статті пишуть терапевти, а вони не фахівці з легеневих захворювань)… ну і приклад росіян…

Звідси важливий висновок: якщо ми дійсно хочемо поліпшити роботу співробітника, зауваження йому треба робити наодинці - це набагато ефективніше. А ось від публічної похвали людина працює краще. Публічно похвалити людину - це стимулювати її до подальшої гарній роботі, оскільки це підтримує високу самооцінку.

**Закон ритму спілкування**



Даний закон відображає співвідношення говоріння і мовчання в людському спілкуванні. Він говорить: *співвідношення говоріння і мовчання в мові кожної людини - величина постійна.* Це означає, що кожній людині в день необхідно певний час говорити і певний час мовчати.

На існування певного співвідношення між говорінням і мовчанням у мові окремої людини вперше вказав американський дослідник Еліот Чаппл. Цікаво, що норма співвідношення говоріння і мовчання в спілкуванні - індивідуальна величина для кожного з нас. Є приблизні дані, отримані угорськими вченими: вони підрахували, що за 70 років життя людина говорить приблизно 2,5 року, що, що відповідає приблизно 51 хвилині в день. Підкреслимо, що ця величина вельми приблизна, ця цифра може дуже істотно відрізнятися у різних вікових, професійних категорій людей, у чоловіків і жінок і просто у окремих індивідів - в залежності від характеру і темпераменту. Але для нас важливо загальне співвідношення говоріння і мовчання: середня норма, будемо вважати, - приблизно 1 годину говоріння і 23 години мовчання на добу. Таким чином, людина говорить набагато менше, ніж мовчить.

Закон ритму спілкування діє в людському житті дуже чітко. Людині необхідно дотримуватися сформованого, звичного для неї ритму спілкування - інакше вона починає відчувати психічний неспокій, виникає стрес, погіршується настрій, загальний стан здоров'я. Індивідуальний ритм спілкування "закладений" у людині і вимагає свого дотримання. У нас в свідомості як би встановлений лічильник, який нам сигналізує - ми переговорили, треба помовчати, ми занадто довго мовчимо, нам пора набирати свою норму говоріння. При цьому в рівній мірі для людини важливо дотримуватися як норму говоріння, так і норму мовчання.

Якщо людина "переговорила", їй необхідно відновити ритм - помовчати, відмовчатися, вимкнутися зі спілкування. Це пов'язано з потребою в психологічному захисті (людина просто втомлюється від спілкування з іншими людьми, від необхідності реагувати на їх поведінку, відповідати на питання, та й просто від того, що бачить навколо себе надто багато осіб). Важливу роль також відіграє необхідність переробити і осмислити отриману протягом дня інформацію - для цього потрібен час і самотність. Людина відчуває потребу помовчати, побути на самоті, нікого не бачити.

У своїй професійній діяльності перемовляють вчителі, вузівські викладачі, керівники (у останніх до 80% робочого часу займає спілкування, причому значну його частину займає телефонне спілкування - найбільш напружене), журналісти, лікарі, юристи, екскурсоводи, службовці, які ведуть прийом громадян , продавці, підприємці і деякі інші категорії людей. Ці люди мають потребу в систематичному відпочинку від спілкування, що нерідко приймає форму домашньої мовчазності, прагнення ухилитися протягом якогось часу від спілкування навіть з близькими людьми.

У чоловіків норма говоріння зазвичай нижче, ніж у жінок, причому нерідко - досить значно. З огляду на це, потрібно визнати, що чоловіки на роботі наговорюються у значно більшому ступені, ніж жінки, особливо чоловіки-керівники - тому буває, що вдома вони намагаються «вимкнутися» зі спілкування, "набрати" свою норму мовчання.

Природньо, у людей, які багато говорять по професії, виробляється звичка до збільшеного обсягу говоріння. Так, дослідження показують, що вчитель зі стажем не менше 5 років, вже адаптувався до роботи в шкільній системі, без напруги може провести приблизно поспіль три уроки в день, перевищуючи середню норму приблизно в 2,5 рази. Якщо необхідно провести більше уроків - це вже важче.

Мовчання для людини в структурі спілкування являє більшу цінність, ніж говоріння, воно більш затребуваним. Саме тому відсутність можливості усамітнення, можливості виключення з примусового спілкування досить важко переживається людиною.

Відзначимо, що ритм спілкування у людей залежить від статі - жінки зазвичай відчувають більшу потребу в говорінні, ніж чоловіки (звідси їх довгі і абсолютно беззмістовні з точки зору чоловіків бесіди з подругами по телефону); люди, що живуть разом довгий час, розмовляють один з одним менше, ніж в молодості, коли починали спільне життя; ритм спілкування зазнає певних змін з віком: у дітей і молоді величезна потреба в спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в літньому віці знову зростає.

Існує також національна специфіка реалізації даного закону.

**Закон мовного самовпливу**



Закон говорить: *словесне вираження ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію у мовця.*

З практики відомо, що проговорюючи думки ми їх обдумуємо, усвідомлюємо їх для себе. Якщо людина своїми словами пояснює що-небудь співрозмовнику, вона сама краще усвідомлює для себе суть того, що розповідає.

Є такий бородатий анекдот: вчителька каже до учня: «Сашко, я тобі вже 20 раз пояснила, сама нарешті зрозуміла, а ти все ніяк»!

Відомо зі спеціальних досліджень, що в щасливих сім'ях вище рівень так званої вербальної любові, тобто в таких сім'ях більше говорять про любов один до одного. Говориш про кохання - і більше любиш; кажеш, що злий, що ненавидиш - і більше ненавидиш; переконуєш кого-небудь у чомусь - і більше переконуєшся в цьому сам.

Цей закон пояснює, чому можна, змусивши себе примусово посміхатися у важкій ситуації, дійсно змінити свій настрій і поліпшити.

На цьому законі базується так зване аутогенне тренування, в основі якого - словесні команди, що віддаються людиною самій собі і регулюють її психічний і фізичний стан: "Я спокійний, серце б'ється рівно, у мене гарний настрій" і т.д.

**Закон довіри до простих слів**



Сутність закону комунікативної простоти в наступному: *чим простіше твої думки і слова, тим краще тебе розуміють і більше вірять*. Простота змісту і форми в спілкуванні - запорука комунікативного успіху.

Люди краще сприймають прості істини, тому що ці істини їм більш зрозумілі, звичні. Багато з простих істин вічні, і тому апеляція до них гарантує інтерес співрозмовників і їх увагу. Інтерес до вічних і простих істин у людей постійний.

Звернення до простих істин - основа популізму в політиці. Популізм незмінно має успіх тому, що його носії говорять людям прості істини з набору тих, які люди хочуть почути; популісти відповідають на ті питання, які хвилюють людей.

Набір проблем, які хвилюють більшість людей, не дуже великий. Д. Карнегі вважав, що таких проблем три – приватна власність, здоров'я і секс.

Ритори-практики рекомендують подумки зменшувати вік своїх дорослих слухачів приблизно на 15-20 років і звертатися до них відповідно - якщо те, що ми говоримо тридцятирічному, буде сказано так, що це було б зрозуміло і 10-15- річному, тобто гарантія того , що аудиторія вас сприйме і зрозуміє.

**Чи це поширюється на філософів??**

**Закон прискореного поширення негативної інформації**

*Негативна інформація лякає, здатна спричинити зміни в статусі або положенні людей, має тенденцію до більш швидкого поширення в групах спілкування, ніж інформація позитивного характеру.*

Це пов'язано з підвищеною увагою людей до негативних фактів - в силу того, що позитивне швидко приймається людьми за норму і перестає обговорюватися. Люди виявляють більшу увагу до негативних фактів, інтенсивніше обговорюють негативні факти, оскільки відчувають страх за своє становище, майбутнє, здоров'я та ін. Крім того, обговорення і прискорене поширення негативної інформації пов'язано з прагненням людей шляхом обговорення "поганого" позбутися страху перед ним (закон мовного поглинання емоції).

**Закон спотворення інформації при її передачі**

**(«Закон зіпсованого телефону»)**

Формулювання закону: *будь-яка інформація, передана в групі спілкування, спотворюється в процесі передачі.*

Чим більше число людей обговорює і передає іншим ту чи іншу інформацію, тим більша ймовірність спотворення цієї інформації - ступінь спотворення інформації прямо протилежна числу передаючих її осіб. Але спотворення мають тенденцію виникати і при передачі інформації однією особою.

Спотворення відбуваються внаслідок суб'єктивної інтерпретації інформації кожною наступною особою, що її отримує, а також внаслідок "правила коментування" переданої інформації - кожен передає інформацію фактично коментує її в рамках свого розуміння - хоча б інтонаційно демонструє до неї своє ставлення.

Дане явище особливо небезпечно при передачі директивної інформації - від керівника до виконавців. Дослідження в сфері менеджменту показують, що від директора до робочого доходить і правильно розуміється не більше 25% інформації; до речі, інформація "знизу" - від робітника до директора - доходить неспотвореної лише в 10% випадків.

Керівнику особливо важливо зрозуміло пояснити завдання і перевірити правильність її розуміння підлеглими.

У зв'язку з цим письмові завдання і розпорядження дозволяють знизити ризик спотворення директивної інформації.

В рамках даного закону знаходить пояснення і явище спотворення заочної оцінки. Особливо часто бувають необ'єктивними заочні негативні характеристики людей - у кожного, хто повідомляє нам свою оцінку тієї чи іншої людини, можуть бути свої причини додати щось від себе. Крім того, необхідно пам'ятати, що негативні оцінки зазвичай суб'єктивні - людина може бути поганою для того чи іншого нашого співрозмовника за найрізноманітнішими ознаками, але ця ж людина для нас може зовсім не бути поганою - наприклад, вам не потрібні його вольові якості, а необхідно його вміння працювати на комп'ютері. Цікаво, що позитивні заочні оцінки, що надходять від третіх осіб, нерідко бувають більш об'єктивними.

**Закон детального обговорення дрібниць**

Знати цей закон особливо важливо, коли ми обговорюємо щось колективно. Формулювання закону: люди охочіше зосереджуються на обговоренні незначних питань і готові приділяти цьому більше часу, ніж обговорення важливих проблем.

Американський соціолог і письменник С. Паркінсон наводить переконливий приклад дії цього закону: обговорення виділення багатомільйонного кредиту на будівництва атомного реактора займає у правління компанії дві хвилини, а дискусія з проблеми утвердження суми 35 шилінгів на місяць на каву для засідань комітету - годину з чвертю:

Паркінсон так пояснює дію закону / він називає його законом звичних сум /: час, витрачений на обговорення пункту, обернено пропорційний розглянутій сумі.

Детальне обговорення дрібниць пов'язано з тим, що саме по дрібницях, як правило, всі люди мають свою думку, в той час як при вирішенні глобальних питань багато є нефахівцями і не беруть участі в обговоренні або формально приєднуються до думки фахівців або авторитетів, не рахуючи себе компетентними або думаючи, що від них нічого не залежить.

Порада: необхідно ретельніше готувати обговорення складних питань, а при обговоренні дрібниць пропонувати готове рішення на затвердження.