



## 4. Глава. ПСИХОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ОБЩУВАНЕТО

### 4.1. Феноменология на общуването

Общуването е феномен, към който проявяват жив интерес редица учени и изследователи. В широкия смисъл на понятието, явлението се наблюдава при редица представители на живия свят. Общуването между хората има исторически характер и се обуславя от развитието на обществото във всяка една негова сфера. Процесът е определен като предмет на проучване, не само за да се даде еднозначен отговор за това как се осъществява, а по-скоро да се изяснят механизмите и психологическите предикати, с които участниците в него го реализират. На пръв поглед ни се струва съвсем естествено и потребно да обменяме мисли, идеи, виждания с околните, но в действителност реализацията на взаимодействието понякога се оказва особено трудна. Теорията се стреми да даде обяснение на динамичните процеси, обслужващи процеса, за да даде нужните знания за онези, които имат нагласата да ги опознаят, приемат и използват.

Общуването се дефинира като сложен и многостранен процес, обхващащ многообразие от компоненти, обединени в: информационно-преработващ комуникативен блок; интерактивен блок, маркиращ формите на взаимодействие за обмен на опит, поведение, дейност и резултатите от нея; социално-перцептивен блок, фокусиращ елементите на социално-поведенческото възприятие и взаиморазбиране.

Теорията определя общуването като форма и начин за директно или опосредствено (косвено) реализиране на различни по вид и съдържание социални отношения и взаимоотношения; процес на екстраполация на значими за личността идеи и становища с цел да се осъществят взаимовръзки, влияние или социално коопериране.

Общуването между хората е логически резултат от нивото на социално-икономическото развитие на обществото, индивидуалните приоритети, социалния и професионален статус. В съдържате-



лен план е израз както на социални персонално-идентификационни маркери, така и на обществено-значими индикации, свързани с принадлежността, ориентацията и идейното развитие на личността като представител на социална група, общност или нация.

Социалното взаимодействие се повлиява от онтогенетичните фази, през които индивидът преминава и през които е обект и субект на обществени (микро-, мезо- и макроравнищни) въздействия и релации. Социално-адаптивните механизми осигуряват необходимия базис, който обезпечава социализацията и адекватното социално поведение. За да се коментира процесът на социализация, на първо място трябва да се анализират всички необходими предпоставки, които благоприятстват приобщаването на индивида към различните по вид и характер социални групи.

#### **4.2. Видове и структура на общуването**

За структурата на процеса общуване е написано немалко. Немалко са теоретичните източници, които интерпретират феномена от позициите на концептуалните схващания. Конкретното научно поле, което изучава проблематиката е *психология на общуването*.

Общуването се реализира чрез: различни форми, различни средства, различна насоченост, различни подходи.

##### ***Видове общуване***

Видове общуване са<sup>31</sup>: непосредствено/директно и опосредствено/ косвено. Разграничават се междуличностно и масово общуване. В теорията се разглеждат интерперсонално и ролево общуване.

*Интерперсоналното* общуване се отнася до взаимодействие между конкретни личности, които имат уникални индивидуални качества.

В *ролевата комуникация* участниците се разглеждат като носители на определени роли. В ролевото общуване индивидът се придържа към действия и реакции, присъщи на избраната от него роля.

##### ***Видове междуличностно общуване***

◆ *Императивно общуване* – авторитарна, директивна форма на взаимодействие с партньора с цел достигане на контрол вър-

<sup>31</sup> Балтаджиева, Й., *Психология на общуването*, Я., 1998



ху неговото поведение, мисли, принуждаване към определени действия или решения. В случая партньора в общуването се разглежда като обект на въздействия, “пасивна страдателна страна”. При императивното общуване целта на общуването не е завоалирана. Средствата за оказване на въздействия от тази позиция са: указания, предписания, изисквания. Към сферите на императивното общуване се причисляват: военни отношения, отношения “началник-подчинен”, при екстремни ситуации, работа в изключителни условия.

- ◆ *Манипулативно общуване* – форма на междуличностно общуване, при която въздействията върху партньора са скрити. Според Д. Карнеги и последователи, “разрешената манипулация” активно се използва в сферата на бизнеса и в деловите комуникации. По-широко разпространена в областта на пропагандата.

При манипулативното общуване партньора се възприема не като уникална личност, а като носител на определени “нужни” за манипулацията качества и свойства. Напълно е възможно в тази схема индивидът да стане сам жертва на собствената си манипулация, възприемайки себе си по същия начин, по който възприема останалите – фрагментарно, ръководейки се от стереотипни форми на поведение, лъжливи мотиви и цели, губейки стратегиите за правилно организиране на личния си живот.

- ◆ *Диалогичното общуване* е субект-субектно взаимодействие, чрез което се цели взаимно опознаване между партньорите. В областта на този тип общуване могат се отделят различни правила:
  1. Психологическа настройка към актуалното състояние на общуващите на принципа “тук и сега”;
  2. Прилагане на неоеценъчно възприемане на личността на партньора, с установка за доверие към неговите намерения;
  3. Възприемане на партньора като равен, имащ право на собствено мнение и решение;
  4. В съдържателен план общуването трябва да включва решаване на проблеми и нерешени въпроси (проблематизация на съдържанието на общуването)



5. Персонификация на общуването – провеждане на диалога от свое име, позиция (без препратки към мнения на други “авторитети”); засвидетелстване на реалните чувства и желания.

Диалогичното общуване е хуманистично общуване и позволява да се достигне по-добро разбиране, саморазкриване на партньорите, създава условия за личностно развитие.

В литературата се определят **пет основни функции** на процеса общуване:

- ◆ *Прагматична* – фокусира взаимодействията в съвместната дейност.
- ◆ *Формираща* - проявява се в процеса на изграждане и изменение на психическия облик на индивида.
- ◆ *Утвърждаваща функция* – в процеса на общуване индивидът има възможност да се утвърди, подложи на проверка и опознае себе си.
- ◆ *Функция на организацията и поддръжката на междуличностните отношения.* Отнася се не само до поддръжане на персоналните, но и на ролевите характеристики.
- ◆ *Вътрешно-личностна функция* – общуването се реализира и във вътрешен план. Свързана е с протичането на вътрешните ментални процеси.

### ***Структура и стратегии на общуване***

Един от най-използваните подходи за анализиране на общуването е символното му представяне чрез трите страни в процеса (*компоненти*): комуникация, интеракция и перцепция.

- ***Комуникация.*** В общия смисъл понятието представлява обмен на информация между индивидите посредством сигнали за кодиране и декодиране (еднозначно приети от комуникаторите)<sup>32</sup>. Комуникацията се осъществява посредством лингвистични (вербални и невербални единици) и индексирани кодове за символно комуникиране (жест, поза, мимика, с опосредствени предметни символи, интонация, движения, поглед). Невербалната комуни-

<sup>32</sup> Клаус, Г. и кол., *Речник по психология, С., 1989*



кация<sup>33</sup> включва кинетична, паралингвистична, проксемична и визуална система от кодове.

- **Интеракция.** Съчетава и комуникативната и перцептивната страна на общуването. Двустранен активен процес на взаимодействие между индивидите, реализирано в съвместната им дейност. В интеракционния процес се разграничават две генерални групи взаимодействия: *кооперация и конфликт*<sup>34</sup>.
- **Перцепция.** В когнитивната психология перцептивните процеси се третираат като първопоставени в структурните нива на познавателната дейност и служат за първоначален прием и преработка на информацията, свързана с опознаване на средата. Cartrit & Friedman разширяват понятието, като включват в него и сложни познавателни процеси, осъществявани с помощта на паметови репрезентации<sup>35</sup>. В областта на когнитивната психология пръв Дж. Брунер въвежда понятието *социална перцепция*, с което акцентът пада върху социалните детерминанти на възприятието. Според Н. Витанова социалната перцепция включва социално сравняване и социална идентификация и диференциация. Процес, в който възприеманите личностни характеристики на другите се съпоставят с персоналните, сравняват и съотнасят към характеристиките на общността, към която индивидът принадлежи, извеждат се изводи<sup>36</sup>. Социалната перцепция включва понятията: групова, ролева, полова идентификация, атрибуция, емпатия.

**Водещи стратегии** на поведение при взаимоотношенията са:

- *Сътрудничество*, насочено към пълно задоволяване на потребностите на комуникаторите (реализация на мотивите за коопериране и по-малко – за конкуренция);
- *Противодействие*, което предполага ориентация към собствените сили, без отчитане на целите на партньора (мотив за индивидуализъм);

<sup>33</sup> Балтаджиева, Й., *Психология на общуването*, Я., 1998; Стоицова, Т., *И усмивката може да бъде заповед*, С., 1992

<sup>34</sup> Балтаджиева, Й., *Психология на общуването*, Я., 199

<sup>35</sup> Клаус, Г. и кол., *Речник по психология*, С., 1989

<sup>36</sup> Балтаджиева, Й., *Психология на общуването*, Я., 1998



- *Компромис* в частично достигнатите от партньорите цели, за постигане на равенство;
- *Отстъпчивост* – предполага жертване на собствените цели, заради постигане целите на партньора (алтруизъм);
- *Избягване* – напускане на контакта, загубване на собствените цели заради изключване на другия.

Съществуват различни *теории*, обясняващи междуличностните взаимоотношения. Напр. теория на лъжата на Джордж Хоманс обяснява взаимодействията между хората с получаването на възнаграждения и загуби. Символичният интеракционизъм (Джордж Мид, Хербърт Блумер) – поведението на хората по отношение на другите и предметите от околната действителност се определя от значенията, които те им предават.

Теорията за управление на впечатленията на Ервин Гофман свързва социалните взаимодействия с драматични спектакли, в които актьорите се стремят да създават и поддържат добри впечатления.

От позицията на психоанализата междуличностните взаимодействия са свързани с определени представи, които хората са усвоили в детството, както и конфликтите, преживени през този период.

#### **4.3. Общуването като съвместна дейност**

*Социалната перцепция* се определя като възприемане на външните признаци на индивида, съотнесени към личностните му характеристики и на тази основа се подлагат интерпретацията и прогнозирането на поведението му. Въз основа на външните прояви човек е в състояние да декодира вътрешния свят на другия, опитва се да го разбере и изработи собствено емоционално отношение, следствие на което се старее да изгради собствени стратегии на поведение.

Разграничават се четири *основни функции на социалната перцепция*:

- опознаване на себе си (Аз-концепция)
- опознаване на партньора (чрез себе си - идентификация - уподобяване другия на себе си)
- организиране на съвместна дейност на основата на взаиморазбиране (рефлексия)
- изграждане на емоционални отношения



Изследванията в областта на социалната перцепция се ориентират към изучаване на *съдържателната* (характеристики на субекта и обекта) и *процесуалната* (анализ на механизмите и ефектите на възприемането) страна на общуването. В първия случай се изследва приписването (атрибуцията) на различни черти, причини за поведението (казуална атрибуция) и роли. Във втория се изследват различните ефекти от възприемането на партньорите.

Общуването като съвместна дейност има основни *признаци*:

- Единни за участниците цели, включени в дейността
- Обща мотивация
- Обединяване на индивидуалните действия
- Разграничаване на единния процес на отделни функционално свързани операции и разпределението им сред участниците
- Съгласуване на индивидуалните дейности в последователна програма (време, темп, интензивност/, пространство и др.)
- Управление
- Единство на крайния резултат
- Единство на пространството и едновременно изпълнение на индивидуалните дейности

В структурата на общуването като съвместна дейност се включват: общ мотив, съвместни действия и общ резултат.

*Компоненти на комуникативния процес  
(по Шенън и Уивър):*

**Комуникатор** → **Съобщение** → **Канал** → **Реципиент** →  
→ **Обратна връзка** ←

**Комуникатор** е предаващия информация. Комуникаторът може *открито* да заяви позициите си; *отстраняване/дистанция* – когато комуникаторът демонстрира явно неутрално комуникативно поведение, не приема други становища, но и не заявява позицията си; *закрито* – когато комуникаторът преднамерено укрива своето мнение с допълнителни средства.



Комуникативната информация може да бъде **подбудителна и констатираща**.

Подбудителната информация може да бъде представено чрез заповед, съвет или молба.

Стимулирането може да бъде:

- *Активация* – подбуждане към действие в необходимото направление;
- *Интердикция* – спиране на нежеланите реакции и действия;
- *Дестабилизация* – разсъгласуване или нарушаване на някои автономни форми на поведението и дейността.

Констатиращата информация се представя най-често чрез съобщение и не предполага промяна на поведението и дейността.

**Комуникационен канал** – път, по който се предава информацията. В него обаче съществува т.н. филтър “доверие – недоверие” – истинната информация да бъде приета като неистинна, а невярната – като вярна. Съществуват средства (вербални и невербални), които намаляват силата на действие на филтъра, обединяването на които се обозначава като фасцинация. Пример за фасцинация може да бъде музикалното, пространственото или друго съпровождане на речта. В процеса на комуникация не само се обменя информация, но протича взаиморазбиране между партньорите (индивидуална интерпретация на информацията). *Личностният компонент* зависи от: наличния комуникативен и когнитивен опит, от психологическите характеристики на личността, от персоналното отношение към реципиента, от комуникативната ситуация и от съдържанието на съобщението.

**Реципиент (аудитория)** – приемащия информацията. Реципиентът трябва да има изградени комуникативни навици като *нерефлексивно и рефлексивно слушане*.

Нерефлексивното слушане (внимателно мълчание) се наблюдава при поставяне на проблема (формулиране) и при “емоционално разреждане”.

Рефлексивното слушане се използва в ситуация на решаване на проблем и необходимост от емоционална поддръжка на комуникатора.

Ако общуването се разглежда като обмен на информация, то сле-





цификата на междуличностната комуникация се проявява чрез различни процеси и феномени: обратна връзка, комуникативни бариери, комуникативни влияния и различни нива на предаване на информацията.

Разпространението на информацията преминава през т.нар. **филтър** “доверие-недоверие”. В този смисъл съществува лъжлива и достоверна информация. Информацията може да бъде подбудителна (молба, съвет, изискване) и констатираща (не предполага промяна в поведението). Недоверието предполага модификация или отхвърляне на информацията: намаляване на контекстното значение, изкривяване, приписване на друг смисъл, активира скрити междуличностни процеси и пр.

**Обратна връзка** – необходим компонент, който изяснява съдържанието/ смисъла на съобщенията. Механизмът е в посока от реципиента към комуникатора, как и доколко посланието е декодирано и разбрано (как реципиента възприема и оценява комуникативното поведение на комуникатора). Разграничават се: директна и индиректна обратна връзка. Първият вид е открит обмен на информация. Вторият (косвената обратна връзка) – завоалирана форма за предаване на психологическата информация. За обратна връзка могат да се използват риторични въпроси, насмешка, иронични реакции, смисълът на които трябва да бъде “доловен” (какво иска да каже реципиента). Обратната връзка може да бъде директна или индиректна. Индиректната обратна връзка се изразява в “завоалирана” форма – риторични въпроси, насмешка, иронични забележки, неочаквани емоционални реакции. Получаването на такива послания се базира на индивидуалното умение да се “разчете” информацията. В този смисъл декодирането на съобщенията зависи от: личностните особености на комуникатора, от неговите представи за реципиента и отношението му към него. Посланието може да се трансформира под влияние на индивидуално-психологическите особености на реципиента и от отношението му към автора на посланието.

*Шумът* в хода на комуникативния процес може да създаде различни по степен трудности при правилната интерпретация на посланията. Доказано е, че наличието на шум намалява „стойността”/

□ ефекта от предаваната и възприеманата информация.

Други феномени, свързани с промени в адекватността на информацията са *стереотипите* и *ефектите* на социалната перцепция.

Лингвистичната неяснота (използваните термини и понятия са неизвестни за раципиента); проблемите в артикулирането, фонацията и темпоритмичната организация; различията в стила също водят до възникване на проблеми при общуването.

**Моделът** на комуникативния процес, според Ласуел, включва пет елемента:

- Кой (комуникатор)
- Какво (съобщение)
- Как (канал)
- Към кого (аудитория)
- С какъв ефект (ефективност)

Всеки един от тези елементи е подлаган на редица и разнообразни проучвания. Описаните характеристики на комуникатора подпомагат за повишаване ефективността на неговата реч и изясняване на позицията му в комуникативния процес. В литературата позициите се определят като: а) *Открита* – комуникаторът открито изразява своята позиция и извършва оценка на фактите от своята гледна точка; б) *Дистантна* – комуникаторът се държи подчертано неутрално, изтъква (обобщава) различните гледни точки, но не заявява пристрастие нито към една; в) *Закрита* – комуникаторът по всякакъв начин се стреми да скрие своята позиция, прибегвайки дори към различни методи в тази насока.

Всяка от тези позиции се определя от целта и задачите, които се преследват в комуникативното въздействие. Всяка позиция има определени възможности за повишаване на ефекта от въздействието.

Интерактивното общуване разкрива в дълбок смисъл взаимодействието между хората. Хората обменят не само информация, но и мисли, идеи и нагласи за съвместни действия. Съществуват няколко вида социални мотиви във взаимодействията между хората: коопериране, индивидуализъм, конкуриране, ал-



трузизъм, агресия, равенство.

#### 4.4. Видове комуникация

**Масовата комуникация** се разглежда като съвкупност от открити процеси за предаване на социално значима информация, която може да бъде целенасочено регулирана и използвана от определен кръг хора за утвърждаване на духовни ценности, за оказване на идеологическо, политическо, икономическо или организационно въздействие върху оценките, мненията и поведението на големи групи от хора. Масовата комуникация се характеризира с наличие на широкомащабни комуникативни процеси, с разсъсредоточеност на аудиторията, с предаване на информацията чрез различни канали (книгоразпространение, периодика и т.н.) и с принципно висока достъпност до всеки желаещ.

Анализът на масовата комуникация като “културна индустрия” е направен за пръв път в публикациите на психолозите-теоретици Т. Адорно и М. Хоркхаймер. Според тяхната концепция масовата комуникация отразява негативното, критическото отношение към състоянието на съвременното общество, поради което акцентът от авторите бива поставен не на положителните ефекти и резултати в обществения прогрес (които играят съществена роля в демократичните процеси), а на използването на масовата информация за манипулиране на съзнанието. Повечето изследователи на масовата комуникация се обединяват около становището, че нейният характер и цели като средство за реализиране на идейно-политически борби, управление, пропаганда, разпространение на култура, реклама, с което се определя социалната природа на обществото.

**Междугрупова комуникация** – взаимодействие между хората, което е детерминирано от принадлежността им към различни групи или категории от населението, независимо от междуличностните им връзки и индивидуални предпочитания.

#### **Междунационална комуникация**

- Предаване на информация, сведения, съобщения между различни национални общности, които могат да имат едно- или



двустранен характер.

- Процес на предаване на информация посредством речта, езика, звукови, знакови и други системи.
- Социално-психологически процеси и явления, които възникват в хода на непосредственото взаимодействие и общуване между хората от различни националности.

Различават се три вида междунационална комуникация:

- ✓ Първият – обмен на информация между представители на различни етнически общности, с отчитане на техните традиции, обичаи, ценности;
- ✓ Вторият – междунационален информационен обмен, който в голяма степен се повлиява от закономерностите в общуването, социално-психологическите особености на взаимодействието между национално-етническите групи и специфичната проява на етническите стереотипи.

**Националната комуникация** се разглежда като система от вътрешно-етнически и вътрешно национални връзки и контакти. Характерът ѝ се определя от самобитността на националната култура, език, народопсихология и традиции. Националната комуникация се отнася (и отразява) до потребността от общуване и връзки в хода на икономическото, политическото развитие на нацията, обмен на културните достижения, продуктите и резултатите от трудовата дейност. Наблюдава се тенденцията – колкото е по-високо е развита вътрешно националната и вътрегруповата интеграция, толкова по-високи са постиженията в икономиката и културата, толкова по-интензивни са социално-политическите и междугрупови контакти и комуникативни връзки.

Функционирането и развитието на комуникативно-поведенческите национално-психологически особености неразривно е свързано с процесът на формиране на националното самосъзнание.

#### **Вербална и невербална комуникация**

Информацията може да бъде предавана по вербален или невербален път.

*Вербалните средства за общуване* биват писмени и устни.



*Писмената реч* се усвоява чрез системно обучение и упражняване. Показател е за образоваността на човека. Притежава следните характеристики: нормативно е определена, отговаря на изисквания и правила за използване (вкл. и на калиграфски); отсъства изразния емоционален компонент, характерен за живата реч; има възможност да бъде по-добре обмислена, систематизирана; демонстрира стила на изразяване и езиковото богатство. Предпочитан начин за изразяване в науката, деловите и юридическите отношения.

*Устната реч* се различава по редица показатели от писмената реч. В характеристиките и се включват: свободен изказ, нестрого спазване на езиковите правила, емоционална оцветеност, възможна е недоизказаност, допуска някои фонетични грешки (вкл. потъмняване/недоизказване на съгласните, сливане на малките и служебни думи, по-широко се използва контекста като „кодирано” послание, наличие на двусмислия, богато интонирана. Разкрива редица особености на личността, позволява демонстриране на идеи, становища, мнения.

Освен посочените, вербалната реч бива монологична и диалогична.

*Невербалната комуникация* е процесът, в който хората чрез разменени телесно-пластични неречевы сигнали и организиране на пространството осъществяват връзка помежду си, предават си сведения, чувства и мисли само с помощта на знаците и фигурите. Езикът на тялото е обект за проучвания от страна на такива науки и клонове от науката като когнитивната психология, културната антропология, пара- и психолингвистиката, етнографията, кинесиката, социалната психология и др.

В известен смисъл теорията твърде отскоро се занимава с дълбочинното изучаване на езика на човешкото тяло и с характера и особеностите на невербалната комуникация. Според редица източници, систематизираните проучвания в тази област бележат своето начало от 60-те години на миналия век. Правейки стегнат преглед на съществуващата методология за изследване на структурата и елементите на невербалната комуникация, В. Райнов отбелязва десет основни невербални сигнали, които се предпочитат в комплекс-

ните изследвания:

- 1) *Телесен контакт.*
- 2) *Отстояние (в близост или на разстояние от група хора или отделни лица)*
- 3) *Ориентация на поглед , телесна позиция*
- 4) *Поява (индивидуални качества - дрехи, физика, прическа)*
- 5) *Поза (характерна за отделни раси, социални групи, религии, професионални сдружения)*
- 6) *Движения на главата (например специфичното кимане с глава)*
- 7) *Фациална експресия*
- 8) *Жестове на ръцете, главата, тялото*
- 9) *Поглед*
- 10) *Невербални елементи на говора - емоционално ниво на речта, паралингвистични и прозодични елементи*

Според други литературни източници невербалните средства се обособяват в следните групи:

**Визуални** – *кинестетични* (движения на ръцете, тялото, краката, походка); *изражение на лицето, очите; поза, осанка; насоченост на погледа; кожни реакции* (почервяване, преbledняване, изпотяване); *проксемични* (пространствена и времева /хронотропна/ организация на общуването, разстоянието между комуникаторите, ъгъл на обръщане и поза, лично пространство); *помощни средства* за общуване; *подчертаване или скриване* на особености в конституцията (телосложението, възрастта, пола, расата); средства за преобразуване на конституцията (грим, дрехи, аксесоари и др.).

**Акустични** – *паралингвистични* (качество на гласа, тембър, ритъм, височина на звука); *екстралингвистични* (паузи, смях, плач, покашляне и др.).

**Тактилни** – прикосновение, докосване, прегръдка, целувка.

**Ольфакторни** – приятни или неприятни миризми от околната действителност; естествен или изкуствен аромат на човека.