

Секция «Психология»

Создание условий для согласия в процессе коммуникативного взаимодействия

*Саттарова Анна Евгеньевна*

*Студент*

*Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Факультет психологии, Саратов, Россия*

*E-mail: sat\_tara@mail.ru*

Согласие, как и противоположное ему состояние несогласия, лежат в основе процесса коммуникативного взаимодействия субъектов. Необходимо отметить, что в концептуальном отношении понятия согласия и несогласия разработаны в социальной психологии недостаточно. В социальной философии эта проблема была поставлена в работах М.Г.Алиева [1] который интерпретировал известную формулу изменения мира К.Маркса следующим образом: вместо насильственного изменения мира необходимо способствовать его естественному обновлению на основе реализации прогрессивных внутренних потенциалов.

Г.М.Андреева в характеристике социальной коммуникации отметила, что её результатом является выработка общего смысла, в функциональном плане эта коммуникация предполагает и оказывает воздействие на психическое состояние и поведение коммуникантов [2]. Именно выработка общего смысла как позитивный результат коммуникативного взаимодействия предполагает согласие партнеров, необходимое для согласованности их действий, точность передачи и восприятия информации, конгруэнтность.

Согласие может быть представлено как основополагающее качество и признак успешности коммуникативного взаимодействия. Причинами несогласия могут служить как условия коммуникации, так и субъективная неготовность к достижению согласия. Не менее значимым нередко является и то, что субъект в условиях реальной коммуникации не понимает самого себя, не идентифицирует собственное отношение к коммуникативной реальности, не воспринимает сигналы о собственном состоянии, в том числе и эмоциональном, «не слышит самого себя». Психологическая поддержка субъекта, направленная на обучение восприятию им сигналов о собственном состоянии, может повысить качество коммуникации, помочь достижению согласия.

В связи с этим была предложена и апробирована методика, направленная на расширение возможностей субъекта по саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний на основе восприятия индивидуальных маркеров поведенческих изменений. В предлагаемой методике управление вниманием является основным процессом, внимание в итоге направлено на осознание состояния субъектом в процессе коммуникативного взаимодействия. Маркеры - это более или менее осознаваемое устойчивое для данного субъекта поведенческое свидетельство изменения состояния. Они выступают в роли «предваряющего образа» (термин П.Я.Гальперина) и служат сигналом актуализации данного состояния для самого субъекта; распознавание маркера в последующем сигнализирует о неготовности к продуктивной коммуникации, что, в свою очередь, активизирует контроль внимания.

В основе маркерной методики лежат: модель формирования внимания П.Я. Гальперина[3], модель ресурсного распределения внимания Д. Канемана[5], дифференциаль-

ная теория эмоций К. Изарда[4], теория эмоционального поведения П. Экмана[9], концептуальная модель смысловой регуляции психических состояний А.О. Прохорова[6], работы по социализации феномена согласия М.Г. Алиева[1].

Эмоциональное напряжение, схваченное контролем внимания снижается, при этом идет процесс не подавления эмоциональной энергии, а ее расход на умственную деятельность человека по сознательному наблюдению своего состояния и осмыслению причин его вызвавшего. По мысли С.Л.Рубинштейна [7], сознательное наблюдение – это высшая форма восприятия, целенаправленная осмысленная познавательная деятельность человека, единство эмоции и мысли.

В ходе апробации маркерной методики были использованы обучающий эксперимент, групповая беседа, структурированное интервью, дневники самонаблюдения, тестирование по авторскому опроснику «Маркеры эмоциональных состояний» и стандартизированной методике «Life Style Index».

В ходе обучающего эксперимента испытуемые должны были определить, какие именно поведенческие проявления, соматические ощущения и т.п. наиболее характерны для них в случае возникновения тех или иных состояний. По результатам теста «Маркеры эмоциональных состояний» были сформированы сводные таблицы маркеров 10 состояний, в том числе гнева, обиды, высокомерия, а также несогласия и согласия [8].

В обучающем эксперименте приняли участие 38 испытуемых в возрасте от 20 до 56 лет, разного социального статуса и уровня образования, в их числе 6 руководителей организаций и крупных подразделений организаций. Обучение происходило в 4-х группах: по 12 и по 7 человек.

Анализ позволил констатировать индивидуальность как маркеров, так и частоты их проявления и идентификации субъектами. Применяя полученные навыки в реальной, вне условий эксперимента, коммуникации, испытуемые отметили разницу реагирования на одну и ту же информацию, принятую в разных эмоциональных состояниях. Следует отметить эффект восприятия в состоянии «согласия» после обучения: информация определенного содержания не вызывала ожидаемого сопротивления и негативного реагирования со стороны субъекта, происходил конструктивный диалог.

Проведенное исследование показало, что осознанная коммуникация «Отправителя» в эмоциональном состоянии «согласия» формирует идентичную эмоциональную реакцию у «Получателя». Характерно, что испытуемые - руководители, приобретая навыки саморегуляции по маркерной методике, в том числе переходу в состояние «согласия», не ослабили свои организационные функции, изменялись в основном принцип и качество коммуникации.

Изменения количественных показателей по шкалам методики «Life Style Index» при контрольных замерах в группе испытуемых согласуются с результатами контент-анализа отчетов испытуемых об изменениях в коммуникативном поведении в реальных ситуациях.

Таким образом, обучение испытуемых маркерной методике самовосприятия способствует более точной передаче и восприятию информации, позволяет приходиться к согласию, находя общий смысл коммуникативного взаимодействия.

## **Литература**

1. Алиев М.Г. Социализация согласия. М., 1998.

2. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 1999.
3. Гальперин П.Я., Кабыльницкая С.Л. Экспериментальное формирование внимания. М.: Изд. Моск. унив., 1974.
4. Изард К. Психология эмоций. СПб., 2000.
5. Канеман Д. Внимание и усилие. М., 2006.
6. Прохоров А.О. Смысловая регуляция психических состояний. М: Инс-т псих.РАН, 2009.
7. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000.
8. Саттарова А.Е., Чернышева М.В. О возможности применения маркерной методики для оптимизации процесса коммуникации // Организационная психология: люди и риски: Сб. мат-в II российско-американской науч. конф. /Изд-во Саратов.унта, 2011.
9. Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. М.: Питер, 2010.

#### **Слова благодарности**

Особую благодарность выражаю своему научному руководителю к.псх.н., доценту кафедры общей и социальной психологии Александру Федоровичу Пантелееву и декану факультета психологии д.псх.н., профессору Людмиле Николаевне Аксеновской!