**ТЕМА ЛЕКЦИИ Когнитивная база.**

**Цель лекции** – охарактеризовать когнитивную базу коммуникативной и речевой деятельности.

**План лекции:**

1. Ценностные ориентиры и идеалы.
2. Стереотипы и предрассудки.
3. Обстановка и условия общения.

*Основная часть*

Коммуникативный идеал – это совокупность признаков собеседника, которые люди, принадлежащие к определенной коммуникативной культуре, рассматривают как желательные, приятные, обеспечивающие положительное отношение к собеседнику и желание вступать с ним в коммуникативный контакт, поддерживать коммуникативные отношения. Под коммуникативным идеалом*,*таким образом*,*понимается стереотипное представление об идеальном собеседнике, присутствующее в коммуникативном сознании народа. Коммуникативное сознание ищет идеал в толерантном собеседнике, в таком, который выполнял бы роль внимательного, вежливого слушателя. Это, по-видимому, обусловлено национальными чертами о коммуникативного поведения – высокая общительность, высокая коммуникативная активность, бескомпромиссность в споре, эмоциональность и искренность, стремление увеличить свой речевой вклад, завладеть коммуникативным вниманием, коммуникативный центризм.

Хорошая речь – это культурная, красивая, грамотная, хороший русский язык. Требование хорошей речи в коммуникативном идеале составляет лишь 8% от количества «желательных» коммуникативных признаков. Данная категория представлена слабо, она не приоритетна для коммуникативного сознания и включает лишь самые общие, абстрактные требования.

Фиксация ошибок в коммуникативной практике ослаблена. Не принято очень внимательно следить за правильностью своей речи, исправлять немедленно свои речевые ошибки, если они замечены. Отношение к речевым ошибкам в коммуникативном сознании простительное – главное, чтобы тебя поняли, а как это оформлено – не так уж важно

Утрата коммуникативного самоконтроля (который в целом и так довольно слабый) считается допустимой – она «извиняется» ссылкой на сильные эмоции, чьи-либо провоцирующие действия («они меня довели») и внутренне не рассматривается как серьезное нарушение коммуникативных норм.

В процессе слушания не обязательны вербальные сигналы, подтверждающие прием и понимание информации – считается достаточным молча слушать, поддерживая зрительный контакт с собеседником и сохраняя позу и мимику внимания.

**2.** В 1922-ом году американский социолог Уолтер Липпман впервые дал определение понятию стереотип, по его мнению, стереотип – это особая форма восприятия окружающего мира, оказывающая определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания.

Стереотипы основываются на многократно повторяющихся однообразных жизненных ситуациях, которые закрепляются в сознании человека в виде стандартных схем и моделей. Иными словами, они помогают человеку дифференцировать и упрощать окружающий мир, навести в нём порядок. У. Липпман заявляет, что стереотипы так настойчиво передаются из поколения в поколение, что часто воспринимаются как данность, реальность, биологический факт.

В ситуации коммуникации стереотипы эффективны, лишь когда используются как первая и положительная догадка о человеке или ситуации, а не рассматриваются как единственно верная информация о них. В основном, проблемы возникают, при чрезмерном обобщении стереотипов или вовсе их ложности, тогда они вредят взаимопониманию между субъектами, а следование им приводит к печальным последствиям. Это касается как отношений между людьми, так и отношений между странами, политических и культурных процессов, экономики и бизнеса. Так значимую роль здесь играет процесс категоризации, который  помогает систематизировать и упорядочить окружающий мир, позволяет сделать действительность понятной и доступной. Если явление или предмет не поддаются категоризации, то у человека возникает чувство неопределённости и тревоги, следовательно, чтобы справиться с меняющейся действительностью, границы между категориями должны быть гибкими.

Механизм процесса восприятия един для всех людей, но вот процессы интерпретации и идентификации культурно обусловлены. Соответственно, влияние культуры на восприятие можно видеть в общении с людьми, принадлежащими другим культурам. Так, например, немец подарил своему русскому другу на день рождения восемь прекрасных роз, т.е. чётное число роз. Но в русской культуре чётное число цветов обычно приносят усопшим. Поэтому такой подарок, согласно данной культурной интерпретации, будет русскому, по меньшей мере, неприятен.

Ещё одним детерминантом, определяющим восприятие человеком реальности, является язык. Долгие годы учёных интересовал вопрос: действительно ли люди из одной языковой культуры видят мир иначе, чем из другой? В результате наблюдений и исследований этого вопроса сложились две точки зрения – номиналистская и релятивистская.

Номиналистская позиция исходит из утверждения, что любая мысль может быть выражена на любом языке, несмотря на то, что в некоторых языках потребуется больше слов, а в некоторых – меньше. Различные языки не означают того, что у людей есть разные перцептуальные миры и различные мыслительные процессы.

Релятивистская позиция предполагает, что язык, на котором мы говорим, особенно структура этого языка, определяет особенности мышления, восприятие реальности, структурные образцы культуры, стереотипы поведения и т.д. Эта позиция хорошо представлена гипотезой Э.Сепира и Б. Уорфа, согласно которой формирование мыслей является частью того или иного языка и различается в разных культурах, причём иногда весьма существенно, так же как и грамматический строй языков. В качестве аргументов этой теории являются  терминологические вариации в восприятии цветов в разных культурах. Так, представители англоязычных культур и индейцы навахо воспринимают цвета по-разному. Индейцы навахо используют одно слово для синего и зеленого, два слова для двух оттенков черного. То есть восприятие цвета является культурно обусловленной характеристикой. Причем различаются культуры в восприятии цвета: во-первых, по количеству цветов, во-вторых, по степени точности различия оттенков одного и того же цвета в данной культуре.

Результатом контактов являются не только стереотипы, но и предрассудки.

Предрассудок – это психологическая установка предвзятого и враждебного отношения к чему-либо без достаточных для такого отношения оснований.

Объектом предрассудка обычно являются люди или общности, резко отличающиеся от своей собственной. Главным фактором возникновения является неравенство в социальных, экономических и культурных условиях жизни различных этнических общностей, они возникают как следствие неполного или искажённого понимания объекта, по отношению к которому формируется установка.

В процессе коммуникации следует различать стереотип и предрассудок. Если стереотип это обобщённый, собирательный образ представителей соответствующей группы, который содержит возможность позитивных суждений, то для предрассудков характерно бездумное негативное отношение ко всем членам группы или большей её части. Наиболее известными формами предрассудков являются ксенофобия (неприязнь к иностранцам), расизм, дискриминация по возрастному, половому признаку и т.д.

Предрассудки, как и стереотипы, являются элементами культуры, поскольку порождены общественными, а не биологическими причинами. Однако предрассудки представляют собой устойчивые и широко распространённые элементы обыденной, повседневной культуры, которые передаются их носителями из поколения в поколение и сохраняются при помощи обычаев или нормативных актов. Чаще всего предрассудки включены в культуру в виде нормативных заповедей, т.е. строгих представлений – «что и как должно быть», например, как следует относиться к представителям тех или иных этнических или социокультурных групп.

Человек, использующий предрассудки в повседневной жизни, может столкнуться с различными последствиями, такими как искажение восприятия людей из других этнических групп, или же возникновение чувства тревоги перед теми, кто является объектом дискриминации. Все зависит от того, к какому типу принадлежит соответствующий предрассудок. В психологии принято выделять шесть основных типов предрассудков:

Яркие необоснованные предрассудки, в содержании которых открыто декларируется утверждение, что члены чужой группы по тем или иным признакам хуже представителей собственной группы;

Символические предрассудки – чужая группа воспринимается как несущая угрозу культурным базовым ценностям собственной группы. Так, например, для Америки исламский мир – угроза демократии.

Скрытые предрассудки – создаётся видимость хорошего отношения для создания социальной справедливости;

Предрассудки «длинной руки» - хорошее отношение к членам чужой группы только в определённых обстоятельствах (формальные встречи). В ситуации более близкого контакта (соседство) проявляется недружелюбное поведение;

Фактические антипатии – наличие открытого негативного отношения к членам чужой группы в случае, если их поведение действительно не устраивает доминирующую общность.

В процессе жизнедеятельности каждый человек подвержен влиянию друзей, знакомых, которые бессознательно или осознанно пытаются скорректировать предрассудки в «лучшую» сторону. На самом деле, если предрассудки однажды были усвоены, то от них очень нелегко отказаться. Особой живучестью отличаются этнические предрассудки. Так, человеку не трудно отказаться от предрассудка, направленного против автомобилей той или иной марки, и гораздо сложнее – от негативного мнения о какой-либо этнической группе. Фактически люди склонны помнить ту информацию, которая поддерживает предрассудки, и игнорировать информацию, которая им противоречит, и если предрассудки были когда-либо усвоены человеком, то они сохраняются в течение длительного времени.

3. **Речевое общение** – форма взаимодействия двух или более людей посредством языка[.](http://profil.adu.by/mod/page/view.php?id=5973)

Для обеспечения взаимодействия между людьми в процессе общения, эффективного, конструктивного, а порой и компромиссного разрешения возникающих конфликтов нужно знать **условия** и **компоненты** процесса речевого общения[.](http://profil.adu.by/mod/page/view.php?id=5973)

**Условия эффективного речевого общения:**

• потребность в коммуникации;

• настроенность на тему общения;

• знание фактического материала обсуждаемой темы;

• знание норм речевого этикета и правил речевого общения;

• умение слушать, вникать в замысел говорящего и прогнозировать ситуацию результативного общения[.](http://profil.adu.by/mod/page/view.php?id=5973)

**Компоненты процесса речевого общения:**

• обстановка, в которой происходит речевое общение;

• тема (предмет) сообщения;

• субъекты речевого акта (автор и адресат или аудитория);

• речевое действие — участник (адресант) общения, произнося речь, совершает определённое действие, направленное на второго участника общения (адресата): выражение просьбы, благодарности, призыв к деятельности, информирование, воодушевление, развлечение;

• средства организации речевого общения — языковые и речевые выразительные средства; нормы и качества речи; правила речевого этикета, речевого общения; коммуникативные умения (составлять план содержания общения; отбирать фактический[.](http://profil.adu.by/mod/page/view.php?id=5973)

**Вопросы для самоконтроля**

1. Как формируются ценностные ориентиры и идеалы в процессе коммуникации?
2. В чем заключается полодительное и отрицательное воздействие стереотипов и предрассудков?
3. Какова роль обстановки в коммуникации?
4. Охарактеризуйте влияние условий общения на коммуникативный фон.