

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ РФ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГИИ**



0053.01.02

Савельева Т.В.

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
для специальности и направления «Реклама»**

2-е издание



УДК 659
ББК 88.53
С12

Рекомендовано к изданию Учебно-методическим советом
Института социальных и гуманитарных знаний

Рецензенты:

Л.М. Попов – д.психол.н., профессор и зав. кафедрой психологии личности Казанского Государственного Университета

Е.Н. Ибрагимова – к.психол.н., доцент, зав. кафедрой психологии Института социальных и гуманитарных знаний

Савельева Т.В.

С12 Деловое общение: Учебное пособие для специальности и направления «Реклама» / Савельева Т.В. – 2-е изд. – Казань: Изд-во «Юниверсум», 2010. – 101 с.
ISBN 978-5-9991-0096-2

Учебное пособие «Деловое общение» составлено в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности 032401 «Реклама» и направления 070701 «Реклама».

Дисциплина входит в федеральный компонент общепрофессиональных дисциплин и является обязательной для изучения.

УДК 659
ББК 88.53

© Савельева Т.В., 2010
© ИСГЗ, 2010
© Оформление. Издательство «Юниверсум», 2010

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Объем дисциплины.....	5
Выписка из государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.....	6
Рабочая программа.....	7
Краткий курс лекций.....	13
Планы семинарских и практических занятий.....	72
Самостоятельная работа студентов.....	83
Контроль.....	92
Литература.....	100

ВВЕДЕНИЕ

Цель курса – повышение общей и психологической культуры делового общения, освоение методов убеждения, приобретение навыков поведения в конфликтных ситуациях, ведения дискуссии, собрания, деловых переговоров, знакомство с этикой и этикетом делового общения.

Усвоение содержания данной рабочей программы организуется путем практических аудиторных занятий (упражнения, игры) и внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

Задача курса – дать студентам ясное представление о значении навыков эффективного делового общения для успешной деятельности менеджера, для организации коммуникаций в организации, для реализации потенциала личности в своей профессиональной деятельности.

Курс «Деловое общение» входит в федеральный компонент общепрофессиональных дисциплин.

Студент должен знать:

- историю зарождения и развития основных психологических учений – психоанализа, бихевиоризма, гуманистической психологии и др.
- историю развития психологии делового общения;
- основные понятия дисциплины – понятие личности, общения, коммуникативных барьеров, конфликта;
- основные виды делового общения;
- уровни делового общения;
- методы эффективного проведения деловых переговоров, совещаний;
- структуру конфликта и основные пути его разрешения;
- национальные особенности организации делового общения в различных странах.

Студент должен уметь:

- выступить с монологической речью;
- анализировать социально-психологические свойства и качества личности;
- прогнозировать поведение в сложных психологических ситуациях, знать законы эффективных деловых отношений;
- проводить беседы, совещания, переговоры, другие формы деловых контактов;
- преодолевать барьеры в деловом общении;
- организовывать переговоры по разрешению конфликтных ситуаций;
- организовывать и проводить деловые совещания;
- организовывать дискуссию по принятию группового решения;
- находить рациональный выход из сложившихся ситуаций без значительных нервно-психических напряжений.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем часов по формам обучения			
	Очная форма		Заочная форма	
	Специалист	Бакалавр	Специалист	Бакалавр
№№ семестров	6	6	6	6
Всего часов	170	170	170	170
Лекции	54	54	14	14
Практические и семинарские занятия	36	36	-	-
Самостоятельная работа	80	80	156	156
Зачёт или экзамен	зачет	зачет	зачет	зачет

**ВЫПИСКА ИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 350700 – «РЕКЛАМА»**

*Общепрофессиональные дисциплины
Федеральный компонент*

Деловое общение (ОПД.Ф.10)

Формы делового общения. Деловые переговоры: их виды, процесс переговоров и его этапы, планирование, тактика и порядок ведения, смягчение и предотвращение конфликтных ситуаций, принятие решений, протокольные мероприятия, особенности ведения международных переговоров и бизнес протокола. Классические правила ведения диалога. Фольклорные правила речевого этикета. Культура речи. Виды речи. Основы устного общения. Законы публичной речи. Стратегия ведения речи. Деловая беседа. Композиция и стиль речи. Риторика. Психология делового общения. Воздействие на аудиторию. Формулы логического убеждения. Построение аргументации. Тактические приемы использования аргументов и формул логического убеждения. Основные понятия этики делового общения. Этикет. Основы деловой этики. Деловая этика в рекламе. Национальные особенности делового общения (этики). Атрибуты делового общения.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Тема 1. Человек в организации

Характеристика личности сотрудника организации: общие качества (ум, работоспособность, общительность и др.), специфические свойства (способность к тому или иному виду деятельности), подготовленность к определенному виду деятельности (совокупность знаний, умений и навыков), характер, темперамент, направленность (совокупность интересов, стремлений, идеалов, убеждений), мотивация.

Типология характеров. Экстраверсия и интроверсия как черты личности, их значение для общения. Характер и защитные механизмы.

Типы поведения человека в организации. Психологические параметры исполнительской деятельности.

Психологический профиль работника. Типичные психологические профили работника.

Типологическая оценка мыслительных и профессионально-деловых качеств личности. Способности к общению с людьми и предметно-познавательные способности. Природа человеческих способностей.

Природные (естественные) и приобретенные (социально-обусловленные) способности. Общие и специальные способности, теоретические и практические, предметные и межличностные. Взаимосвязь и взаимная компенсация разных способностей. Способности к успешной деятельности. Развитие способностей.

Тема 2. Эмоциональная сфера человека и ее роль в деловом общении

Виды и роль эмоций в жизни человека. Основные функции эмоций: коммуникативная, регулятивная, сигнальная, мотивационная, оценочная, стимулирующая, защитная. Отличие эмоций от ощущений и чувств. Классификация и виды эмоций, параметры, по которым оцениваются эмоциональные процессы и состояния.

Эмоции и личность. Связь эмоций и потребностей человека. Индивидуальное своеобразие эмоций и чувств. Экспрессия эмоций и чувств. Стрессфакторы и антистрессоры. Владение методами управления эмоциональной сферой - основа эффективности всех форм общения. Понятие о психологических теориях мотивации. Основные параметры, по которым оценивается мотивационная сфера человека: развитость, гибкость. Социальные факторы, влияющие на мотивацию трудовой деятельности. Оценка и значение уровня притязаний личности (мотивация профессионально-деловых достижений).

Тема 3. Значение и применение различных психодиагностических методов в определении различных личностных свойств человека

Изучение субъекта профессиональной деятельности. Важность определения индивидуально-психологических свойств человека, его состояние, потенциальные возможности. Общая стратегия обследования. Обоснование необходимости проведения комплексной психодиагностики с целью составления суммарного, целостного «психологического портрета» конкретного человека (или группы в целом).

Вербальные адаптированные опросники.

Индивидуальное психодиагностическое обследование с целью получения информации о типологии стилей делового поведения.

Составление индивидуальной психологической характеристики, прогноз развития деловой успешности человека.

Тема 4. Общение и его функции

Понятие общения. Виды общения (по содержанию, целям и средствам). Непосредственное и опосредованное общение. Деловое и личностное общение.

Понятие коммуникации как процесса взаимного обмена информацией между партнерами по общению. Средства коммуникации.

Внутренняя структура общения – коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.

Важнейшие функции общения: интегративная, инструментальная, контактная, информативная, функция самовыражения, трансляционная, функция оказания влияния, эмотивная, статусопределяющая, подтверждающая существование субъекта общения.

Виды общения: вербальное и невербальное общение, прямое и косвенное, межперсональное и ролевое.

Уровни общения: макроуровень, мезоуровень, микроуровень.

Тема 5. Средства общения.

Пространственно-временная организация общения

Словесные (вербальные) и несловесные (невербальные) средства общения, их роль и значение в деловом общении. Проявление личных особенностей и темперамента в овладении искусством вербального и невербального общения.

Невербальные средства общения – паралингвистика – интонация, паузы, темп речи.

Кинетика – совокупность мимики и жестов, движений и поз. Овладение искусством невербального общения.

Пространственно-временная организация общения, ее компоненты, значение для практики различных форм деловой коммуникации.

Тема 6. Виды общения

Диалогическое и монологическое общение.

Виды монологического общения.

Императивное общение – авторитарная форма воздействия на партнера по общению с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками. Сферы применения императивного общения, их функции.

Манипуляция – межличностное общение, предполагающее воздействие на партнера с целью достижения скрытых намерений.

Диалог как субъект – субъектное общение.

Обратная связь в межличностном общении. Прямая и косвенная обратная связь.

Типовые схемы формирования первого впечатления, типовые ошибки восприятия, влияние на процесс общения.

Понятие социального стереотипа как важнейшего аспекта процесса социальной перцепции – познания и понимания людьми друг друга в ходе общения.

Тема 7. Перцептивная сторона общения

Понятие социальной перцепции как восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов.

Эффекты межличностного восприятия – фактор новизны, стереотипизации, проекции, ореола, эффект снисходительности, ожидания и др.

Каузальная атрибуция. Фундаментальная ошибка атрибуции (Л. Росс). Диспозиционная, ситуационная атрибуция. Условия возникновения фундаментальной ошибки атрибуции. Культура индивидуализма и культура коллективизма.

Самопрезентация. Средства самопрезентации.

Предрассудки и их психологические источники – тревожность, потребность в безопасности.

Аттракция как явление взаимного притяжения. Внешние факторы аттракции: аффилиация, фактор эмоционального состояния, фактор пространственной близости.

Внутренние факторы аттракции: физическая привлекательность, стиль общения, сходство, дополнительность, поддержка. Способы измерения межличностной аттракции. Социометрия, методика Дж. Морено.

Личностные качества, необходимые для того, чтобы хорошо разбираться в людях, эмпатия и рефлексия.

Тема 8. Общение как коммуникации

Основные элементы коммуникации: отправитель/кодировщик, сообщение, канал, получатель/декодировщик, восприятие, обратная связь.

Коммуникативные позиции: открытая, закрытая, отстраненная.

Обратная связь: оценочная, безоценочная.

Функции обратной связи – корректирующая, функция поддержки.

Психологические коммуникационные барьеры: социокультурные, мировоззренческие, профессиональные, личностно-психологические барьеры, смысловые, организационные, технические и др.

«Фильтр доверия» и процесс фасцинации.

Тема 9. Общение как взаимодействие

Общение как реализация потребности в социальном объединении. Кооперация и конкуренция как типы делового взаимодействия.

Понятие социальной ситуации. Структура социальной ситуации, ее элементы: набор и порядок действий, роль участников взаимодействия, правила и нормы.

Социальная роль как идеальная модель поведения в определенных обстоятельствах. Интерактивное взаимодействие человека с ролью. Гендерные роли и полоролевые стереотипы.

Ролевая структура группы. Формальная и неформальная структура.

Групповое давление и конформное поведение. Автономная личность.

Проблема межличностного взаимодействия в ситуации множественности социокультурных матриц. Проблема идентичности личности (тождественности самой себе).

Тема 10. Межличностные отношения в группе. Ролевая структура совместной деятельности

Межличностные отношения в группах и коллективах.

Динамика развития группы (групповая динамика): диффузная группа, слабоструктурированная, структурированная, сплоченная команда. Социальные и психологические механизмы формирования социально-психологического климата.

Лидерство и руководство в малых группах и коллективах. Стили лидерства.

Ролевая структура. Отношения лидерства, руководства и подчинения. Выбор необходимого стиля руководства. Методы анализа межличностных отношений и совершенствование социально-психологического климата в коллективе.

Понятие о социометрии. Социометрическая структура малой группы.

Межличностная совместимость - сложный психологический эффект сочетания, взаимодействия общающихся людей. Функционально-ролевая совместимость.

Тема 11. Деловое общение

Формы делового общения и их характеристики: деловая беседа, деловые переговоры, деловые собрания и совещания, презентации, пресс-конференции, неформальные деловые встречи (обеда, ужины, праздники и др.)

Деловые собрания и совещания как основная форма делового общения. Типы совещаний: ознакомительное, информационное, разъяснительное,

проблемное, инструктивное, оперативное. Структура совещания. Методы принятия группового решения.

Деловые переговоры: официальные и неофициальные, организационные, политические, международные, коммерческие. Условия успеха в коммерческих переговорах.

Стратегии и техники переговоров.

Техники слушания – активное и пассивное слушание.

Деловое общение как сфера применения различных видов и форм общения. Их преимущества и недостатки. Правила организации конструктивного обсуждения. Деловой спор. Логические и психологические правила аргументации.

Понятие мозговой атаки (брейнсторминг). Характеристика процесса групповой дискуссии.

Деловое межличностное непосредственное общение как процесс продвижения в разрешении проблем путем сопоставления предметных позиций.

Тема 12. Конфликт. Виды, причины, способы разрешения

Конфликтная ситуация и конфликт. Предпосылки, источники и причины конфликтов. Классификация конфликтов: внутриличностный, межличностный и межгрупповой. Деловой и эмоциональный конфликт. Форма и динамика конфликта. Значение неформальной ролевой структуры в конфликтной ситуации и в конфликте.

Психологические и нравственные последствия конфликтов.

Деструктивная и конструктивная роль конфликтов. Поведение руководителя в конфликтной ситуации.

Способы разрешения конфликта. Профилактика конфликта. Овладение искусством критики.

Деловая дискуссия, полемика, спор и их психологические особенности.

Тема 13. Организация взаимодействия в процессе делового общения.

Стратегия и тактика делового общения

Различные уровни коммуникации (общения).

Стратегия делового общения – умение строить общение по типу: открытое – закрытое, «ролевое – личностное», «монологическое – диалогическое» и т.п.

Правила эффективного общения. Кодексы различных типов коммуникации. Правила согласования и правила самоотдачи.

Практика общения - реализация в конкретной ситуации коммуникативной стратегии на основе наличных ресурсов человека.

Тактический план деловой беседы.

Деловое совещание.

Тема 14. Психологические способы воздействия в процессе делового общения

Деловые игры и их роль в тренинге оптимальной тактики и стратегии делового общения – тренинг делового общения.

Использование деловых игр в практике коммуникативной подготовки специалистов и руководителей.

Цели ролевой игры: выбор в процессе проводимой игры наиболее оптимальной тактики и стратегии.

Тренинг различных технических приемов эффективного общения в группе; выявление коммуникативных проблем участников игры, требующих повышенного внимания и коррекции.

Углубление знаний участников тренинга о закономерностях протекания коммуникативных процессов в области делового общения. Детальный разбор проведенной деловой игры.

Психологические ошибки, снижающие эффективность делового общения и пути их преодоления

Межличностные отношения – трансакты.

Основные понятия и тренинг навыков трансактного анализа.

Преодоление коммуникативных барьеров.

Тема 15. Техника публичного выступления

Публичное выступление как неотъемлемый процесс в практике делового общения.

Подготовка и мастерство публичного выступления. Техника речи.

Учет психологии аудитории. Обратная связь.

Тема 16. Социально-психологические аспекты межкультурной коммуникации

Понятие менталитета. Цивилизационный менталитет Запада и Востока. Понятие протестантской этики. Особенности современного российского менталитета. Моральные ценности восточного человека. Национальные особенности и этика делового общения. Разнообразие национальных моделей общения, поведения, этикетности. Национальные модели делового общения: русский, германский, французский, американский, японский, китайский, британский.

КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Человек в организации

Существует 5 типов взаимоотношений внутри коллективов, существенно различающихся с точки зрения морально-психологического климата.

Невмешательство: низкий уровень заботы руководителя о производстве и о людях. Руководитель много делает сам, не делегирует своих функций, не стремится к серьезным достижениям. Главное для него – сохранить свою должность.

Теплая компания: высокий уровень заботы о людях, стремление к установлению дружеских отношений, приятной атмосферы, удобного для сотрудников темпа работы. При этом руководителя не особенно интересует, будут ли при этом достигнуты конкретные и устойчивые результаты.

Задача: внимание руководителя полностью сосредоточено на решении производственных задач. Человеческий фактор либо недооценивается, либо просто игнорируется.

Золотая середина: руководитель в своей деятельности стремится оптимально сочетать интересы дела и интересы персонала, он не требует слишком многого от сотрудников, но и не занимается попустительством.

Команда: наиболее предпочтительный тип взаимоотношений в рабочей группе. Руководитель стремится максимально учитывать интересы производства и интересы коллектива, объединению деловитости и человечности на всех уровнях отношений.

Не менее интересные исследования динамики межличностных отношений в системе «руководитель-подчиненный», предложенная двумя американцами – Херси и Бланчардом. В рамках этого подхода предполагается, что степень руководства сотрудником и его эмоциональной поддержки самым тесным образом связана с уровнем его профессиональной зрелости, т.е. по мере роста профессионализма руководитель все меньше управляет и все больше поддерживает сотрудника, вселяя в него уверенность в своих силах. Вместе с тем, с достижением среднего уровня зрелости и выше руководитель не только меньше руководит, но и меньше эмоционально поддерживает его, поскольку такой подчиненный уже в состоянии сам контролировать себя, и в этой ситуации сокращение опеки расценивается как доверие со стороны шефа.

Такой подход к проблеме позволяет использовать четыре вида отношений в системе «руководитель-подчиненный»: приказание, внушение, участие и делегирование.

Согласно предлагаемой схеме приказание оптимально в случае низкого профессионализма, когда исполнитель не готов к самостоятельному выполнению задачи и не хочет брать на себя ответственность. Задача руководителя – инструктировать сотрудника, много руководить и мало доверять.

Внушение рекомендуется использовать на уровнях зрелости от сотрудника среднего до высокого: подчиненные еще не способны, но уже готовы взять на себя ответственность. Здесь особенно важны как руководство, так и поддержка, которые помогут добиться выполнения поставленной задачи.

Участие наиболее эффективно на уровне зрелости от среднего до высокого. Сотрудник уже способен к самостоятельному выполнению задания и в такой ситуации требуется не столько руководство, сколько психологическая поддержка, совместное обсуждение проблемы и совместное принятие решения.

Высокий уровень профессиональной зрелости предполагает передачу полномочий исполнителю – делегирование, что означает слабое управление и малую степень эмоциональной поддержки.

Проблема выбора оптимального поведения руководителя не имеет «кабинетного» решения, но можно выделить типичные ситуации, возникающие в случае неадекватности поведения руководителя. У подчиненных возникает чувство досады, создается почва для недовольства и сопротивления в тех случаях, когда:

- за ошибки одного отвечает другой;
- решения принимаются без участия сотрудников;
- разнос, разборательство устраивается при третьих лицах или в отсутствии работников;
- руководитель не способен признать свою ошибку, пытается найти виновного среди подчиненных;
- от исполнителя скрывается важная для него информация;
- работник, профессионально пригодный занять более высокую должность, не продвигается по службе;
- руководитель жалуется на подчиненного вышестоящему начальнику;
- поощрения за труд одного работника достаются другому;
- уровень требовательности не одинаков для всех сотрудников, в коллективе есть любимчики и отверженные.

Эффективность работы коллектива, его способность решать поставленные задачи во многом зависит от морально-психологического климата, а также от господствующего в группе «настроения» сотрудников, который, при прочих равных условиях, обусловлен, во-первых, качественным составом персонала и, во-вторых, особенностями неформальных отношений между руководителем и подчиненным.

Неформальные отношения между руководителем и подчиненными заслуживают самого серьезного внимания. Наряду с умением выбрать оптимальный в данной ситуации стиль руководства, менеджер должен, прежде всего, знать типичные ошибки, присущие людям его статуса и правильно строить межличностные отношения с персоналом. К типичным ошибкам относятся случаи когда:

- руководитель не дает конкретных заданий, но постоянно досаждаёт подчиненных большим количеством вопросов общего характера;
- «заиклен» на одной теме в общении с персоналом, например, на трудовой дисциплине;

- ежедневно формулирует новые идеи для выполнения задания;
- постоянно проповедует свои замыслы;
- не доверяет своим сотрудникам, злоупотребляет мелочным контролем;
- увлекается бумаготворчеством;
- малодоступен территориально и во времени;
- не имеет готовых решений производственных задач, предлагаемых персоналом.

Успех неформальных отношений с подчиненными, без чего невозможно формирование чувства уважения к своему руководителю, зависит от соблюдения целого ряда принципов и правил делового общения.

Основополагающее значение имеет уважение чужого достоинства. Нравственно-психологической основой этого принципа является аксиома социальной психологии, согласно которой ни один человек не чувствует себя достаточно комфортно без положительной самооценки. Следовательно, руководитель обязан видеть в каждом подчиненном не должность, а личность, проявлять доброжелательность и терпимость, с уважением относиться к его личной жизни, но при этом избегать советов в этой области. Желательно всегда помнить, что «сильный никогда не унижает» и, следовательно, недопустимо повышать голос на своего сотрудника, навешивать ярлыки типа «лентяй», «бездельник», «тупица» и т.д.

Если подчиненный ошибся или допустил проступок, он, как правило, понимает свою вину и адекватно воспринимает наказание, но если начальник при этом заденет его самолюбие, он не простит этого. Следовательно, при разборе ситуации необходимо разделять человека и поступок: критиковать конкретные действия, а не личность провинившегося.

Важно помнить, что уважают только тех руководителей, которые хвалят при всех, а выговаривают с глазу на глаз, никогда не жалуются на своих сотрудников и, если надо, берут их вину на себя, своевременно и открыто признают свои ошибки. Несмотря на личные симпатии и антипатии, руководитель обязан предъявлять ко всем подчиненным одинаковые требования, ко всем относиться ровно, никого не выделять, при посторонних обращаться к своим сотрудникам по имени и отчеству вне зависимости от их возраста.

Недопустимо читать нотации и поучать персонал, если сам руководитель не соблюдает данное требование: воспитательное значение имеет только личный пример руководителя.

Типичная ошибка молодых руководителей – стремление стать «своим» среди подчиненных. Лучше все же сохранять дистанцию, разделять личное и служебное, не допускать панибратства. В противном случае приказ как форма распоряжения будет неэффективен.

Руководитель не имеет морального права скрывать от своих сотрудников важную для них информацию. Вместе с тем он обязан пресекать сплетни и доносы.

Любой начальник сталкивается с жалобами со стороны своих сотрудников по поводу условий работы, отношений внутри коллектива или

с другими подразделениями. Даже если руководитель не в состоянии сам решить проблему, он обязан внимательно выслушать подчиненного. Недопустимо игнорировать обращения подчиненных, поскольку, как верно подметила американский социолог Диана Трейси, жалобщики – не предатели. Очень может статься, что жалобщик оказывает вам большую услугу, сообщая о ситуации, от которой страдают другие, но молчат. В этом смысле жалобы заслуживают вашей благодарности, а не наказания.

Под управлением принято понимать процесс организации любых воздействий, направленных на реализацию преследуемых целей. Руководство – это лишь часть управленческой деятельности, причем именно та ее часть, в которой различные управленческие вопросы решаются воздействием на подчиненных.

А различие понятий «руководство» и «лидерство» связано с существованием в любой организации двух типов отношений – формальных и неформальных. Лидерство – это процесс воздействия на людей, порожденный системой как раз неформальных отношений, а руководство подразумевает, в первую очередь, наличие четко структурированных формальных (официальных) отношений, через которые оно и реализуется. Роль руководителя как бы предзадана формальной структурой, его функции, как правило, четко определены, право на применение санкций не оспаривается и т.д. Лидерство, напротив, формируется спонтанно, стихийно, на уровне полусознанных психологических предпочтений. В данном вопросе мы рассмотрим социально-психологические проблемы руководства. В длинном их перечне одно из ведущих мест занимает проблема формирования оптимального стиля руководства.

В аналитических целях обычно различают три основных типа: административный (командный), экономический (договорной), социально-психологический.

Методы управления каждого из приведенных типов имеют свою область применения, свои достоинства и недостатки, которые могут проявляться в зависимости от конкретной ситуации в рабочей группе. Искусство руководства в том и состоит, чтобы в данное время, и в данном месте для данной группы работников подобрать такой комплекс управленческих воздействий (из трех типов), который обеспечит максимальную эффективность работы группы. При этом на объективную необходимость выбора методов управления того или иного типа накладывается субъективная предрасположенность руководителя к «любимым» навыкам делового общения. Все это вместе и образует в каждом случае своеобразный характер делового общения с подчиненными, который и называют стилем руководства.

Типология Курта Левина. Самой популярной остается до сих пор типология индивидуальных стилей руководства, разработанная еще в тридцатые годы эмигрировавшим в США немецким психологом Куртом Левиным (1890-1947 гг.). Долгожительство этой, ставшей классической, типологии объясняется ее предельной простотой и наглядностью. В ней

выделены три ведущих стиля руководства: авторитарный; демократический; нейтральный (анархический).

Отличают эти стили друг от друга многие параметры: характер принятия решения, степень делегирования полномочий, способ контроля, выбор используемых санкций и т.д. Но главное различие между ними – предпочитаемые методы управления. Группа так называемых командных методов соответствует авторитарному стилю руководства, договорные и социально-психологические методы больше отвечают демократическому стилю, нейтральный же (попустительский) – характеризуется вообще бессистемностью в выборе методов управления.

Авторитарный стиль (директивный)

Преимущественное использование командных методов управления.
Ориентация на задачу.
Централизация полномочий.
Единоличность в решениях.
Подавление инициативы.
Жесткий контроль.
Минимальное информирование, малая гласность.
Предпочтение наказаниям.
Нетерпимость к критике, устранение неугодных.
Жесткость, напористость, порою грубость в общении.

Демократический стиль (коллегиальный)

Упор на социально-психологические и экономические методы управления.
Ориентация на человека.
Делегирование полномочий.
Коллегиальность в решениях.
Поощрение инициативы.
Умеренный контроль.
Полное информирование, широкая гласность.
Предпочтение поощрениям.
Терпимость к критике.
Доброжелательность, вежливость, тактичность в общении.

Явно видны различия двух основных стилей руководства. Причем характерные черты демократического стиля должны быть милее сердцу неизбалованного демократией российского руководителя.

Как ни странно, почти за полвека исследований стилей руководства однозначной связи между эффективностью работы группы тем или иным стилем руководства не выявлено: демократический и авторитарный стили дают примерно равные показатели эффективности. В итоге возобладал так называемый ситуационный подход: нет управленческих решений, годных на все случаи жизни; все зависит от конкретной ситуации, определяемой, в свою очередь, множеством самых разнообразных факторов. В их числе условия деятельности группы, характер решаемых задач, квалификация исполнителей, продолжительность совместной работы и т.д. Набор такого рода факторов и создает неповторимую ситуацию деятельности группы, которая как бы задает, востребует определенные черты стиля руководства.

Иными словами, авторитарный стиль руководства вполне уместен при наличии двух условий:

- того требует производственная ситуация;

- персонал добровольно и охотно соглашается на авторитарные методы руководства.

Ведь во всех «издержках» авторитарному стилю присущи и немаловажные достоинства:

- обеспечивает четкость и оперативность управления;
- создает видимое единство управленческих действий для достижения поставленных целей;
- минимизирует время принятия решений, в малых организациях обеспечивает быструю реакцию на изменение внешних условий;
- не требует особых материальных затрат;
- в «молодых», недавно созданных, предприятиях позволяет успешнее справиться с трудностями становления.

Продолжением же достоинств авторитарного стиля руководства выступают, как водится, его очевидные недостатки:

- подавление инициативы, творческого потенциала исполнителей;
- отсутствие действенных стимулов труда;
- громоздкая система контроля;
- в крупных организациях бюрократизация аппарата управления;
- невысокая удовлетворенность исполнителей своим трудом;
- высокая степень зависимости работы группы от постоянного волевого прессинга руководителя.

Преодолеть эти недостатки позволяют экономические и социально-психологические методы управления, свойственные демократическому стилю руководства. Этот стиль позволяет:

- стимулировать проявление инициативы, раскрывать творческий потенциал исполнителей;
- успешнее решать инновационные, нестандартные задачи;
- эффективнее использовать материально-договорные стимулы труда;
- включать психологические механизмы трудовой мотивации, повышать удовлетворенность исполнителей своим трудом;
- создавать благоприятный психологический климат в коллективе.

Однако демократический стиль руководства не при всех условиях применим. Как правило, он успешно срабатывает:

- в стабильном, устоявшемся коллективе;
- при высокой квалификации работников;
- при наличии активных, инициативных, нестандартно думающих и действующих работников;
- в неэкстремальных производственных условиях;
- при возможности осуществления весомых материальных затрат.

Такого рода условия далеко не всегда имеются, да к тому же это именно те условия, делающие применение демократического стиля только лишь возможным. Превратить эту возможность в действительность – задача тоже не из легких.

Концепция типовых стилей руководства включает в себя и третий тип – нейтральный или попустительский. На него обычно обращается мало

внимания, так как он крайне редко встречается в практике. Этот стиль характеризуется как раз отсутствием всякой системы в применении этих методов. Его типичные черты:

1. Уход от принятия стратегически важных решений;
2. Предоставление делам возможности идти своим чередом, самотеком;
3. Незначительный контроль подчиненных;
4. Использование коллективного способа принятия решений для уклонения от ответственности;
5. Равнодушие к критике;
6. Безразличие к персоналу.

Итак, приемлемость того или иного стиля руководства определяет, в конечном счете, производственная ситуация, описываемая множеством факторов. Отсюда должно следовать, что руководитель обязан уметь применять любые стили руководства, меняя их в зависимости от ситуации.

Тема 2. Эмоциональная сфера человека и ее роль в деловом общении

Со времен Платона вся психическая жизнь человека делится на три относительно самостоятельные сущности: ум, воля, чувства или эмоции. Ум и воля в какой-то степени подчиняются нам, эмоции же всегда возникают и действуют помимо нашего желания. Под умением управлять эмоциями, чаще всего, подразумевается умение скрывать их. Стыдно, но делается вид, что безразлично или скрывается; обидно, но внешне только раздражение или гнев. Мы можем не показывать свои эмоции, но они от этого не ослабевают, а чаще становятся еще мучительнее или принимают защитную форму агрессии.

Управлять эмоциями просто необходимо, но чтобы управлять ими, мы должны знать о них как можно больше.

Жизнь человека без эмоций была бы так же невозможна, как и без ощущений. А в общении они играют особую роль. Ситуации, когда люди выражают друг другу свои чувства, возникают гораздо чаще, чем мы привыкли думать.

Потребность в выражении чувств столь же естественна, как потребность в дыхании или пище. Однако удовлетворение этой потребности дело не простое, очень часто оно удовлетворяется лишь частично. Наоборот, как уже было сказано, мы чаще ведем себя таким образом, чтобы заблокировать свои переживаемые чувства. Что же происходит в это время с нашим организмом?

Но, прежде всего, что же такое эмоции? Эмоциями называют психические состояния, отражающие субъективное восприятие индивидом окружающего мира и самого себя. Они сопутствуют нам на протяжении всей жизни, меняясь в зависимости от возраста и внешних воздействий.

Часть эмоций человека совпадает с эмоциями животных: ярость, страх, приятное, неприятное. Однако ввиду различий разума, а также особых потребностей, у человека формируются более сложные формирования, называемые чувствами.

Принято подразделять эмоции на стенические (стимулирующие) и астенические. Первые способствуют мобилизации творческих возможностей, вторые, напротив, препятствуют осуществлению деятельности. Кроме того, эмоции делят на положительные и отрицательные – по признаку доставляемого удовольствия или неудовольствия.

Положительные эмоции (радость, блаженство, симпатия) создают у человека оптимистический настрой, способствуют развитию его волевой сферы, отрицательные (горе, презрение, зависть, испуг, тревога, ненависть, стыд), наоборот, формируют безволие и слабость. Однако же, такое альтернативное деление не всегда оправдано: и в отрицательных эмоциях заложено «рациональное» зерно. Тот, кто лишен чувства печали, также жалок, как и человек, не знающий, что такое радость или потерявший ощущение смешного. Если отрицательных эмоций не чрезмерно много, они стимулируют, заставляют искать новые решения, подходы, методы. Можно также выделить нейтральные (по своему знаку) переживания: таковы состояния спокойного созерцания, удивления, любопытства, безразличия.

В физиологическом плане положительные эмоции, воздействуя на нервную систему человека, способствуют оздоровлению организма, а отрицательные разрушают его, ведут к различным заболеваниям. Но мы иногда можем испытывать и амбивалентные чувства (эмоционально противоречивые).

Эмоциональная сфера человека очень хорошо проявляется в его темпераменте.

В психологии принято разделять эмоции на низшие и высшие. К первым относят эмоциональные реакции, возникающие в связи с биологическими потребностями – чувством голода, жажды, половым влечением, оборонительным инстинктом. Переживание этих эмоций формирует мотивы определенных поступков: избегание болевых раздражителей, поиск пищи, сексуального партнера и т.д. Повторное удовлетворение таких потребностей формирует и закрепляет поведенческие стереотипы.

На основе простых эмоций происходит формирование присущих лишь человеку высших социальных эмоций (или чувств), которые иногда определяют как интеллектуальные: они возникают в процессе познания личностью окружающей действительности. Таковы чувства долга, ответственности, солидарности, дружбы, творческого вдохновения.

Без эмоций – как положительных, так и отрицательных – человек лишается побуждений к деятельности, теряет способность развиваться. Эмоции поддерживают интерес к жизни, к происходящему вокруг нас. Отсутствие раздражителей, вызывающих эмоции, приводит к эмоциональному голоду. Если он длится долго, то, как и пищевой голод, приводит к болезни.

Формы проявления человеческих переживаний чрезвычайно сложны и многообразны, однако в пестром мире эмоций принято выделять такие состояния, как настроения, страсти и аффекты. Эти состояния различаются продолжительностью и интенсивностью.

Настроение – это самое распространенное эмоциональное состояние, характеризующееся слабой интенсивностью. Его продолжительность зависит от внешних и внутренних воздействий. Настроение подвержено колебаниям в тесной связи с многообразными социальными воздействиями.

В большой степени устойчивость нашего настроения определяется жизненным тонусом, который содействует поддержанию высокой умственной и физической работоспособности, умению преодолевать имеющиеся неприятности. Вместе с тем, настроение представляет собой фон для других эмоциональных реакций, определяет их тональность.

Страсть представляет собой сильное и длительно протекающее эмоциональное состояние, глубоко затрагивающее волевые процессы. Оно может как формировать личность, так и разрушать ее. Нужно отметить, что этим эмоциональным состоянием питается творческий процесс.

Особо следует сказать об аффектах. Это эмоциональное переживание, протекающее с большой и резко выраженной интенсивностью. Его отличают:

а) бурное внешнее проявление (резкое возбуждение или торможение нервных процессов), доводящее человека до чрезмерной агрессивности, или наоборот, до оцепенения;

б) кратковременность (быстро изживает себя, так как протекает очень интенсивно – сгорает много энергии).

Хотя аффект длится недолго, человек успевает в эти мгновения «сказать все, что он думает». Аффективность является признаком легко возбудимой нервной системы человека, но может быть и результатом его низкой культуры, невоспитанности. К аффективному реагированию склонны холерики и меланхолики. В этих случаях полезен психотренинг. Зная закономерности возникновения и выражения эмоций, человек может сознательно не допускать или избегать ситуаций, в которых может быть сильное возбуждение. Аффект оставляет очень глубокие следы в долговременной памяти.

Таковы основные виды эмоциональных состояний. Нужно сказать, что они практически никогда не обнаруживаются в «чистых» вариантах, а находятся в «сплаве».

Мы часто слышим в ответ на какие-либо эмоциональные проявления: не волнуйся, не грусти, не расстраивайся, не радуйся раньше времени, не нервничай. Все это сводится к одному - не чувствуй того, что ты чувствуешь, хотя даются они из добрых побуждений. Чаще всего подобное желание сменить характер эмоциональных переживаний или вообще избавиться от них приводит к искажению эмоциональной экспрессии. В результате может случиться так, что какие-либо чувства, вызванные конкретной ситуацией, укоренятся в человеке надолго. Такие «укоренившиеся» чувства переносятся в другие ситуации, воспринимаются человеком неадекватно. А все потому, что человек не разрядился эмоционально. Так, человек, вынесший с работы чувство раздражения и не сумевший разрядиться, будет набрасываться на своих близких, вести себя дома озлобленно. Такой человек может разрядиться (хотя бы частично), например, пересказав кому-либо возникшую на работе

ситуацию, сопроводив рассказ богатой эмоциональной экспрессией. Это поможет снизить накал эмоциональной энергии.

Некоторые люди умеют скрывать свои эмоции, но это удается не всем и не полезно для здоровья. Часто причиной затруднений в эмоциональной экспрессии является недостаточное осознание человеком собственных чувств и эмоций. Неумение выразить эмоции мешает человеку вести себя конструктивно в отношениях с другими, мешает взаимопониманию. Эмоции следует выражать, но так, чтобы они не ранили чувствительную гордость другого человека.

Вступая в контакт, человек делает взнос, в обмен получает что-то – уважение, внимание, и идет взвешивание: что даю, что получаю взамен. Общаясь с другими людьми, очень важно уметь вызывать у них положительные эмоции, а общение в стиле претензий абсолютно деструктивно в любом виде общений – будь то деловое или семейное.

Если человека критиковать постоянно – он учится ненавидеть.

Если человек живет во вражде – он учится агрессивности.

Если человека высмеивают – он становится замкнутым, живет в упреках – формируется чувство вины.

Если же человека подбадривают – он верит в себя, хвалят – учится быть благодарным, в понимании и дружелюбии – учится жить в мире.

Таким образом, если изо дня в день обращать внимание на ошибки своих сотрудников или домочадцев, они будут только множиться.

Если же вы будете обращать внимание на положительные качества людей, то они будут увеличивать эти качества.

Необходимо формировать культуру эмоций, учиться называть свои чувства своими именами. Но многие люди не пользуются этим, а человек, не умеющий жить эмоциональной жизнью, безнадежно скучен. Про такого говорят – тяжелый характер. Как правило, круг его интересов очень узок и с ним совершенно неинтересно общаться. Если всегда помнить о том, что человек образует единство мыслей, чувств, мышц, внутренних органов, воспоминаний о прошлом и представлений о будущем, помнить, что в общении участвуют не только губы, язык, глаза и уши, но и сердце, желудок, другие части нашего тела, которые тоже что-то говорят, можно научиться понимать этот язык и заботиться о своем организме.

Если деятельность человека протекает успешно, в эмоциональной сфере его деятельности создается состояние эйфории (повышенная оживленность, разговорчивость, двигательная активность). В случае же неуспеха, неудач появляется неуверенность, боязнь, тревога. И тогда может проявиться одно из наиболее распространенных в наши дни состояний – стресс. Снижая эффективность и благополучие индивидуума, чрезмерный стресс дорого обходится организациям. Многие проблемы сотрудников, которые отражаются как на их зарплате, так на здоровье и благополучии сотрудников, коренятся в психологическом стрессе. Стресс прямо или косвенно увеличивает затраты на достижения целей организации и снижает качество жизни для большого числа сотрудников.

Он представляет собой состояние чрезмерно сильного и длительного психологического напряжения, которое возникает у человека, когда его нервная система получает эмоциональную перегрузку. Впервые это понятие использовал канадский врач и биолог Г. Селье, который в 1936 г. обратил внимание на неспецифический ответ организма на любое предъявляемое к нему требование. Стресс – это не только нервное напряжение в ответ на воздействие стрессоров, это – приспособительная реакция. Она протекает в три фазы:

- фаза тревоги (ощущение опасности, трудности);
- затем фаза сопротивляемости, когда мобилизуются все защитные силы организма;
- фаза истощения (когда человек ощущает, что силы его на исходе).

Вообще тревожность является важнейшим свойством личности – это свойство во многом обуславливает поведение человека. Определенный уровень тревожности – естественная и обязательная особенность активной деятельности личности. Это так называемая полезная тревожность. У каждого человека свой оптимальный уровень тревожности – его можно назвать личностной тревожностью. При высокой личностной тревожности (а этот показатель можно выяснить тестированием) наблюдается предрасположенность человека к повышенной тревоге, воспринимать достаточно широкий спектр ситуаций как угрожающие, отвечая на каждую из них определенной реакцией. Такой человек воспринимает и расценивает некоторые ситуации как угрозу его престижу, самооценке, компетенции и отвечает на нее эмоциональной реакцией.

Стресс может быть вызван факторами, связанными с работой и деятельностью или событиями личной жизни.

Люди с устойчивой эмоциональной сферой, как правило, преодолевают фазу тревоги и включаются в активную борьбу со стрессфакторами: берут себя в руки, разумно взвешивают все «за» и «против» в фазе сопротивления. Эмоционально же неустойчивые люди в фазе тревоги испытывают страх, затем за фазой тревоги – истощение, обреченность (фрустрация), податливость ситуации, отчаяние. Стрессы, если они часты и длительны, оказывают отрицательное влияние не только на психологическое состояние, но и физическое здоровье человека. Стресс сравнивают с тяжелым недугом. Частые стрессовые ситуации «репрессируют» эмоциональный аппарат человека, развиваются специфические «болезни социальной адаптации». К их числу относят ряд так называемых психосоматических заболеваний, прежде всего гипертоническую болезнь, язвенную болезнь желудка и др. Перенапряжение в одной сфере и недогруженность в другой приводят к перекосам в системе саморегуляции, что, в свою очередь, ведет к заболеваниям, раннему старению.

Стресс как социальный фактор имеет не только личностное значение. Им заинтересовались социологи, которые отмечают, что в обществе идет значительная невротизация населения (особенно жителей больших городов). Очаги нашего бытия насыщены стрессфакторами.

В последние годы появились указания на возможность развития стресса не только под влиянием избытка стрессоров, но и при их нехватке.

Эмоциональные стрессовые состояния могут быть вызваны дефицитом чувственных переживаний, они особенно болезненно переживаются людьми деятельными, активного склада. Организм человека очень гибок и вынослив и не следует бояться стресса как трудностей, активизирующих организм на их преодоление. Следует избегать дистресса – изнурения в этой борьбе, неумелого расклада своих сил, перехода стресса в дистресс и появления ощущения, что все необратимо.

«Стресс – это не то, что с вами случилось, а то, как вы это воспринимаете», – говорит Ганс Селье – отец теории стресса. К сожалению, мы часто не хотим понимать пределы своих возможностей, суедемся и втягиваемся в борьбу из-за мелочей, которые, как правило, оказывают большее влияние на настроение и здоровье людей, чем редкие и значительные переживания. Вместо того, чтобы уйти от причины раздражения или ее ликвидировать, мы стараемся ужиться с раздражителем и доводим себя до дистресса.

Таким образом, проблема сохранения и поддержания психического здоровья человека должна предусматривать адекватный баланс положительных и отрицательных эмоций.

У каждого из нас своя «аптечка для души». Специалисты считают, что эффективный антистрессор – сильная социальная среда. Однако, как правило, люди, попав в трудную ситуацию, избегают тех, кто им может помочь, замыкаются, предпочитая справляться со сложностями сами.

К профилактике дистресса можно отнести умение сменять нагрузки отдыхом и физическими упражнениями. Стресс от рухнувшей надежды тяжелее, чем стресс от тяжелой мышечной работы.

Особенно важно позитивное общение с людьми, которых мы любим и которым доверяем, которые обладают чувством эмпатии (эмоциональный отклик на переживание других людей).

Кроме всего этого, нужно научиться управлять своими эмоциями. Ведь в состоянии эмоционального возбуждения человек иногда утрачивает свое главное свойство - быть партнером по общению. Лучше всего начать с мелочей: воспитывать способность ждать, выдержку и терпение. Стоит также научиться не попадать в ситуации, которые выводят нас из себя, приводят к раздражению и ярости.

Тема 3. Значение и применение различных психодиагностических методов в определении различных личностных свойств человека

Мы внутренне представляем информацию с помощью образов, звуков, ощущений, запахов и вкусов. Мы как бы представляем в своем уме то, что мы восприняли через пять чувств с внешней территории. Наши чувства – это наши каналы приема информации. Глядя в окно, я вижу, как с деревьев падают листья, и слышу, как вдали лает собака. В то время как мои мысли переходят от запаха обеда, пекущегося в духовке, к чувству голода в животе, вкус

пастернака во рту дополняет чувство того, что наступила осень, и я говорю себе, что в этом году лето уже прошло.

Мозг одним и тем же способом строит реальные и воображаемые переживания, с помощью одних и тех же химических реакций.

Вы следили за ходом моего сенсорного опыта? Вы видели, как с деревьев падают листья? Вы ощутили вкус пастернака? Что бы мы ни воспринимали с внешней территории, мы представляем это внутренне с помощью сочетания всех наших чувств. Этот многоканальный сенсорный входной сигнал влияет на наш ход мыслей. Случалось ли с вами, что вы просыпались утром после яркого сна, который казался реальным? Многим людям снятся настолько яркие сны, что им трудно отличить, что было реально и что было частью сна. Это связано с тем, что мозг одним и тем же способом строит реальные и воображаемые переживания, с помощью одних и тех же химических реакций. Нашей реальностью является то, что мы представляем в своем уме по восприятиям внешнего мира.

Наши системы восприятия влияют на наше поведение, и со временем у нас появляются предпочтения в их использовании. В западном мире основные системы представления информации – визуальная, аудиальная и кинестетическая. Обонятельная и вкусовая системы чаще используются как включатели для других систем. Запах пекущегося обеда включает ощущение голода. Оказывается, что в восточном мире запах и вкус чаще, чем на западе, используются как основные системы, хотя многим западным людям это может быть трудно понять.

Предпочитаемая система представления информации

Люди мыслят во всех трех основных системах представления информации, и большинство людей больше всего предпочитает одну из них. Предпочитаемой является самая развитая система, та, в которой можно делать самые тонкие отличия.

Оказывается, что знатоки, которые с легкостью и совершенством демонстрируют свое мастерство, умеют делать много тонких отличий в соответствующих системах представления информации. Например, у танцоров хорошо развиты ощущения, которые помогают направлять движения. У художников хорошо развита зрительная система, а у музыкантов сильная аудиальная система.

Во всех профессиях есть люди с разными сочетаниями этих систем. Аудиальным людям «нравится, как звучит» идея, визуальный человек «видит возможности», а у кинестетического могут быть «теплые чувства» к этой идее. То, что какие-то системы используются реже предпочитаемой, часто объясняет, почему человеку трудно овладеть определенными умениями. Тому, у кого

недостаточно развита аудиальная система, не так легко научиться играть на пианино, как тому, у кого аудиальная система предпочитаемая.

Ведущая система представления информации

Когда ведущая система доставила воспоминание в сознание, вахту принимает предпочитаемая система, которая воспроизводит тонкие отличительные признаки опыта.

У многих людей есть так называемая ведущая система, то есть система, используемая для доступа к прошлому опыту из памяти. Когда ведущая система доставила воспоминание в сознание, вахту принимает предпочитаемая система, которая воспроизводит тонкие отличительные признаки опыта. Например, если я спрошу вас, как прошло ваше недавнее собрание, вы можете сначала вызвать картинку людей на собрании, а потом *настроиться* на обсуждение. В этом примере, визуальная система была ведущей для предпочитаемой аудиальной системы.

У некоторых людей ведущая система – кинестетическая. Она вызывает ощущения, хранящиеся в памяти, чтобы можно было воспроизвести зрительные образы или звуки из переживания. Некоторые вызывают воспоминание ведущей зрительной системой, и передают его кинестетической системе, чтобы воспроизвести тонкие отличительные признаки ощущений в этом переживании. У шеф-повара хорошо развито чувство обоняния и вкуса, с помощью которого он замечает тонкие отличия в приготовляемых блюдах.

Полезно замечать различия в мышлении людей и уметь определять их по определенным сигналам поведения. Цель не в том, чтобы классифицировать людей как аудиальных, визуальных и кинестетических – это не особенно полезно. Суть в том, чтобы замечать, как человек мыслит в данный момент времени. Для этого у нас более, чем достаточно сигналов, которые можно получить из основанной на восприятии речи, из движений глаз, сигналов из видов дыхания, из жестов, и из особенностей голоса.

Визуальная система

35 процентов людей предпочитают визуальную систему представления информации

Люди с хорошо развитой визуальной системой мыслят образами. В их воспоминаниях больше зрительных деталей, чем ощущений и звуков, и они охотнее рассказывают, как выглядели люди и вещи, чем что было сказано и что они тогда чувствовали. Визуальные отличительные признаки у них богаче и подробнее, чем у аудиальных и кинестетических людей. Опыт, полученный

в практике обучения НЛП, показывает, что около 35 процентов людей предпочитают визуальную систему представления информации.

Визуальный язык

Слова, которые человек использует, дают ясные подсказки о предпочитаемой системе представления информации. Например, человек с хорошо развитой визуальной системой может сказать: «Мне хотелось бы *яснее представлять себе* этот проект. *Общая картина* слишком *туманная*, и мне трудно принять решение». Эти, основанные на восприятиях, слова называются термином «предикаты». В повседневном жаргоне менеджмента есть определенные, основанные на восприятиях, слова или предикаты, которые выдают предпочитаемую систему человека, например: «*точка зрения* на проблему», «*рассмотреть* проект». Вот еще несколько примеров визуальных предикатов, которые может часто использовать визуально-ориентированный человек:

- «Будущее слишком схематично»
- «Это одна из точек зрения»
- «Сейчас я обрисую вам ситуацию»
- «Это блестящая идея»
- «Здесь я заметил один аспект»
- «Это совсем неясно»
- «Мы можем встретиться с глазу на глаз»
- «Давайте сосредоточимся на этих вопросах»
- «Это пессимистический взгляд»
- «Это приятное зрелище»
- «Я вижу, что вы имеете в виду»
- «Я раскрою вам свой план»
- «Это выглядит многообещающим»
- «Разрешите мне прояснить это»
- «Без тени сомнения»
- «Эта возможность была тщательно рассмотрена»

Визуальные движения глаз

Наблюдая за глазами людей при разговоре, можно заметить разнообразные движения – вверх, вниз, горизонтально, зафиксированный взгляд вперед и много других сочетаний. Исследования показали, что эти движения глаз соответствуют тому, как человек извлекает и обрабатывает информацию. Есть прямая нейрологическая связь между движениями глаз и различными частями мозга, используемыми для разных типов мышления. Когда человек мыслит визуально, его глаза или направлены вверх, или сосредоточены на какой-то точке в пространстве прямо перед ним. Правши смотрят вверх-влево, когда они вспоминают прошлый опыт, и вверх-вправо, когда они впервые строят образ.

Глазные сигналы доступа – визуальная система представления информации:

вверх-вправо

вверх-влево

визуальное конструирование

визуальное воспоминание

У большинства левшей пространственное расположение вправо/влево зеркально развернуто. Когда образ построен или извлечен из памяти, он иногда помещается ближе к центру поля зрения для дальнейшей обработки. Это взгляд прямо вперед. Проверьте это сами – задайте кому-то следующие вопросы, наблюдая за его движениями глаз, наблюдайте внимательно, эти движения могут быть очень быстрыми и молниеносными.

1. Представьте себе, как выглядит зеленая обезьяна, которая едет на спине голубого слона и одета в розовую балетную пачку.

Можно ожидать движения вверх-влево для извлечения картинок реальных животных, а затем движения вверх-вправо для построения необычного образа их вместе.

2. Какой был рисунок обоев на стене вашей спальни в детстве?

Это должно вызвать движение вверх-влево.

3. Что вы делали в это время дня пять лет назад?

Это должно вызвать еще одно движение вверх-влево.

Что вы обнаружили? Не волнуйтесь, если получилось много дополнительных движений по горизонтали и вниз, они относятся к другим видам мышления, о которых я вскоре расскажу. Когда вы будете знать, что означают все эти движения глаз, вы сможете их читать. Если вы хотите развить свою визуальную систему, используйте эти движения глаз в помощь своему мышлению.

Визуальное дыхание, жесты, и особенности голоса

У визуально-ориентированных людей центр дыхания часто находится в верхней части груди. Дыхание быстрее и поверхностнее, чем у аудиальных и кинестетиков. Многие из техник НЛП основаны на визуальной системе, потому что для большинства людей эта система самая эффективная для создания личностных изменений. Некоторым людям может быть трудно представлять картинки в своем уме. Если оказалось, что вы относитесь к этой категории людей с недостаточно развитой визуальной системой, то использование отличительных черт, связанных с визуальным мышлением, поможет вам в построении более богатых зрительных образов.

Когда люди мыслят визуально, они жестикулируют по направлению вверх своей головой и руками. Посмотрите на фотографии или портреты любого известного энтузиаста-мечтателя, и вы обнаружите, что в большинстве из них он указывает жестами вверх. Например, когда я вспоминаю образ Мартина Лютера Кинга, я вижу его с поднятыми вверх руками, этот жест как бы помогает ему воссоздать свою «мечту».

Визуальными жестами могут быть подчеркнутые движения руками, головой и телом, или что-то более сдержанное, например, пальцы,

направленные вверх. В визуальном мышлении есть к тому же определенные особенности голоса. Когда человек говорит в зрительном режиме, он часто говорит быстро, чтобы успевать за всеми картинками, которые создаются в уме, и высота голоса больше, чем в аудиальном и кинестетическом видах мышления.

Аудиальная система

Опыт, полученный в практике обучения НЛП, показывает, что около 20 процентов людей предпочитают аудиальную систему

Люди с предпочитаемой аудиальной системой умеют выделять более тонкие отличия в звуках, чем в картинах или ощущениях. Часто они могут точно вспомнить слова, сказанные на собрании или презентации, но им может быть труднее вспомнить цвет комнаты, одежду выступающего, или свои чувства в то время. Они скорее запоминают характеристики голоса и фоновый шум. Аудиальные люди часто легко отвлекаются на окружающие звуки, так как их фильтры восприятия настроены больше на слушание, чем на наблюдение и ощущение. Опыт, полученный в практике обучения НЛП, показывает, что около **20 процентов** людей предпочитают аудиальную систему.

Аудиальный язык

Вот несколько примеров аудиальных предикатов в распространенных фразах:

- «Я вас внимательно слушаю»
- «Он заявил об этом в полный голос»
- «Он прислушался к моим советам»
- «Ее слова звучали для меня как музыка»
- «Звучит великолепно»
- «Он переменил тон»
- «Расскажите мне об этом»
- «Я хотел бы высказаться»
- «Это вызвало отклик»
- «Я передам то, что вы сказали»
- «Он остался глух к моей просьбе»
- «Это громко сказано»
- «Не подымайте шума»
- «В этом у нас гармония»
- «Мы настроились на это»
- «Мы говорим на одном языке»
- «Крикливая реклама»
- «Слово за слово»
- «Так сказать»

Аудиальные движения глаз

Когда люди мыслят звуками, их глаза перемещаются горизонтально влево или вправо. Движение по горизонтали влево указывает на воспоминание звуков, а по горизонтали вправо на конструирование звуков.

Аудиальное дыхание, жесты и особенности голоса

При аудиальном дыхании расширяется вся область груди. Голова в хорошо уравновешенном положении или иногда наклонена в сторону, как будто что-то слушает. Жестами могут быть прикосновение к ушам или любые ритмические движения частями тела или всем телом. Ритмическое покачивание ногой – характеристика аудиального мышления. Голос обычно очень богатый с широким диапазоном тона и звучностью.

Кинестетическая система

Около 45 процентов людей используют кинестетическую систему как основную.

Когда люди мыслят кинестетически, они извлекают информацию об ощущениях. Они предпочитают «почувствовать» что-то, а не слушать о нем или смотреть на картину. Извлекая информацию о графике времени проекта, они больше склонны ориентироваться на «чувство» того, сколько есть времени, а не принимать решение, основанное на информации, прочитанной в плане проекта. Около **45 процентов** людей используют кинестетическую систему как основную.

Кинестетическая речь

Вот примеры кинестетических предикатов в распространенных фразах:

«Мы движемся наощупь»

«Закрутить суматоху»

«Начать на пустом месте»

«Я испытываю давление»

«Прикусил язык»

«Сгладить проблемы»

«Это основано на прочных доказательствах»

«Мы будем поддерживать связь»

«Он топчется на месте»

«Держись»

«Я понял, к чему ты клонишь»

«Я это нутром чувствую»

«Он толстокожий»

«Ухватить суть»

«Давайте основываться на этом»

«Мы затронули этот вопрос»

«Вы уловили мысль?»
«Углубитесь дальше, и вы это обнаружите»
«Это был горячий спор»
«Нам нужно перейти к этому»
«Чувствуете, что происходит»
«Держи себя в руках»
«Добьемся успеха вместе»

Кинестетические движения глаз

Глазной сигнал доступа кинестетического процесса мышления – вниз и вправо. Именно туда направляются глаза, когда человек устанавливает контакт с ощущением, которое может быть внутренней эмоцией или внешним тактильным ощущением.

Оказывается, что большинство людей используют кинестетическую систему, чтобы проверять свои чувства насчет чего-то. Если оказалось, что некоторые люди смотрели горизонтально или вверх, возможно, у них недостаточно развита кинестетическая система. Вы когда-нибудь слышали жалобы на «бесчувственных» супругов?

Кинестетическое дыхание, жесты, и особенности голоса

Когда люди мыслят кинестетически, они дышат глубже, и областью немного ближе к животу, чем при визуальном и аудиальном дыхании. Жесты у них часто служат неотъемлемой частью речи, хотя в основном ограничены нижней частью пространства тела. Голова часто наклонена вперед, и тон голоса более глубокий. Речь медленнее, чем при аудиальном и визуальном мышлении, с частыми паузами для проверки того, что сам человек чувствует по отношению к сказанному и к тому, что он хочет сказать.

Внутренний диалог

Разговор с самим собой – это еще один способ мышления. Люди, у которых больше всего развит этот тип мышления, часто кажутся отстраненными от разговора, потому что им нужен внутренний разговор с собой для принятия решений. На такой процесс принятия решений требуется очень много времени по сравнению с визуальной системой, в которой решения принимаются со скоростью мелькания сравнительных картинок в уме. Положение глаз, указывающее на внутренний диалог, – вниз-влево.

С внутренним диалогом связана так называемая «телефонная позиция» тела. Одна рука касается щеки, указательный палец направлен к уху, средний палец под носом, а большой палец под подбородком. Люди, которые мыслят в основном внутренним диалогом, обычно читают, повторяя написанное слово в своем диалоге. Это очень медленный и неэффективный способ чтения по сравнению с визуальной стратегией, которая переводит слова в картинки гораздо быстрее, чем вообще возможно при внутреннем диалоге. Но можно добавить дополнительные аспекты в произведение, которое читаешь, используя разные внутренние голоса для разных действующих лиц.

Помните – нет правильных и неправильных способов мышления.

Когда вы начнете замечать, как люди мыслят, помните – нет правильных и неправильных способов мышления. Если кто-то, по-видимому, не способен мыслит визуально, это тот способ, которым он научился действовать в окружающем мире. Интерпретируя ключи к способам мышления, мы можем значительно улучшить продуктивность общения.

Тема 4. Общение и его функции

*«Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире»
Дж. Рокфеллер*

В современном обществе успех каждого человека все больше определяется умением располагать к себе людей, убеждать их, влиять на их поведение.

Выделяют два основных принципа влияния на других людей:

1. Ваше поведение порождает поведение окружающих вас людей. Мы управляем другими посредством слов и своего поведения.

2. Процесс взаимодействия контролирует тот, кто обладает большей гибкостью поведения, основанной на умении слышать и видеть собеседника.

Общение с людьми – это наука и искусство. Здесь важны и природные способности, и образование.

Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Это умение составляет основу жизненного и профессионального успеха. Человек, знающий психологические особенности общения и умеющий применять их на практике, специалист, работающий в сфере «человек-человек», будет всегда востребован. Залог успеха любого политика, бизнесмена, менеджера и другого делового человека, какую бы задачу он ни решал, – создание климата сотрудничества, доверия и уважения. Потребность в общении является основой, базовой потребностью человека. «Лишенные общения с другими созданиями, мы щипали бы траву, а не размышляли о своей природе» (П. Чаадаев).

Каждый из нас живет и работает среди людей. Мы ходим в гости, встречаемся с друзьями, выполняем с ними какое-то общее дело, занимаемся спортом и т.д. В любой ситуации мы, независимо от нашего желания, общаемся с людьми: родителями, сверстниками, учителями, знакомыми и незнакомыми.

При этом одних мы любим, к другим относимся нейтрально, третьих ненавидим.

Если понаблюдать за собой, то вполне можно обнаружить, что мы:

- взаимодействуя с другими людьми, воспринимаем и оцениваем их;
- часто с интересом воспринимаем различные слухи;
- обмениваемся переживаниями со своими знакомыми или случайными людьми;
- испытываем на себе влияние других людей, изменяя свое поведение, подражая им;
- изменяем свои вкусы и желания под влиянием моды;
- принимая решения, в большинстве случаев учитываем мнение окружающих;
- относим вновь увиденных людей к определенному типу;
- находимся под воздействием средств массовой информации;
- с одними людьми легко и продуктивно работаем, с другими у нас возникают разногласия;
- замечаем, что нам бывает скучно работать в одиночку, а в хорошей компании быстро и весело выполняем самое трудное дело.

Можно сказать, что человек существует и развивается в обществе, в окружающей его группе людей, в соответствии с ее требованиями изменяет свои мысли и поведение, переживает какие-либо чувства под влиянием взаимодействия с другими участниками группы. Однако все это происходит благодаря тому, что, обмениваясь информацией и переживаниями с другими людьми, лучше узнавая их, каждый из нас, так или иначе, участвует в общении.

Психология общения исследует такие явления, как восприятие и понимание людьми друг друга, подражание, внушение и убеждение, сплоченность и конфликтность, совместная деятельность и межличностные отношения. При всем разнообразии этих психологических явлений основным источником их возникновения выступает сфера общения между людьми.

Существует множество различных определений понятия «общение». Мы будем использовать следующее определение. В психологии «общение» определяется как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или аффективно-оценочного характера.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

На практике часто путают или отождествляют два понятия «общение» и «отношение». Эти понятия не совпадают. Общение есть процесс реализации тех или иных отношений.

Учитывая сложность понятия «общение», необходимо обозначить его структуру с тем, чтобы затем был возможен анализ каждого элемента.

Человеческое общение – сложный процесс, который напоминает своеобразную пирамиду, состоящую из трех граней. Каждая грань по-своему

важна и в разные моменты общения может «вспыхнуть» ярче других, скрывая остальные. Таким образом, в процессе общения мы можем обмениваться информацией, взаимодействовать с другими людьми, познавать их и испытывать переживания; возникающие в ходе общения.

Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

Интерактивная сторона общения заключается в организации взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями.

Естественно, что все эти термины весьма условны. Но поскольку данные взаимосвязанные стороны общения играют огромную роль, мы рассмотрим их более подробно.

Здесь важен вопрос о средствах и механизмах воздействия участников общения друг на друга в его процессе. Главным средством общения является язык.

Язык – это система знаков, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности.

Большое значение в процессе общения имеют знаки.

Знак – это любой материальный объект (предмет, явление, событие), который выступает в качестве указания и обозначения и используется для приобретения, хранения, переработки и передачи информации.

Тема 5. Средства общения.

Пространственно-временная организация общения

Все средства общения делятся на две большие группы: *вербальные и невербальные*.

Вербальные средства – это слова (только).

Невербальные средства общения

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения.

Но по некоторым исследованиям передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7%, звуковых средств (включая тон голоса, интонации звука) – на 38%, а за счет невербальных средств – на 55% (Мейерабиан) [*Бердвисс, установил, что словесное обращение в беседе занимает менее 35%, а более 65% информации передается с помощью невербальных средств*].

Невербальные средства

Значение различных типов рукопожатий

В деловом разговоре рукопожатие играет очень важную роль как в начале, так и в конце беседы. Но оно используется не только при приветствии. Это еще и символ заключения соглашения, знак доверия и уважения к партнеру. Таким образом, рукопожатие – очень важное невербальное средство, свидетельствующее о внутреннем состоянии собеседников и их внешней культуре. Поэтому имеет смысл рассмотреть наиболее распространенные в деловом мире рукопожатия, каждое из которых имеет вполне определенное значение.

Жест, когда рука подается вперед прямо, а кисть служит продолжением линии руки (при этом руки остаются в одинаковом положении), говорит о том, что встретились равные люди, испытывающие друг к другу чувство уважения и взаимопонимания.

Рука подается твердо и в то же время как-то ласково-галантно. Мы чувствуем, что она очень подходит к вашей. Так подает руку уверенный в себе человек, который знает, чего хочет, но может и приспособливаться к нам.

Если рука подается твердо, но в рукопожатии есть что-то застывшее, и нам приходится как бы приспособливать свою руку, чтобы не чувствовать в пальцах кусок дерева – с нами здороваются жесткий человек, знающий, чего он хочет, в критических ситуациях требующий приспособления лишь от других.

Когда партнер подает руку твердо, но в том, как он берет и держит нашу, есть что-то собственническое и нам приходится слегка дернуть свою руку, чтобы освободиться от захвата, можно предположить, что этот человек хочет легкой добычи, и то, что «попало в его руки», не выпустит.

С помощью различного разворота ладони можно придать этому жесту различные значения. Когда ваша рука захватывает руку другого человека так, что та оказывается повернутой вниз своей ладонью – это властное рукопожатие. Оно свидетельствует о том, что вы хотите главенствовать в процессе общения с вашим партнером. В том случае, если перед вами женщина, которая также подает руку ладонью вниз, то это, наоборот, означает ожидание поддержки или является провоцирующим намеком на поцелуй руки и своего рода кокетством.

Когда вы протягиваете руку, развернув ее ладонью вверх, – это покорное рукопожатие. Оно бывает необходимо в ситуациях, когда нужно отдать инициативу другому человеку или позволить ему чувствовать себя хозяином положения.

Пожатие прямой, несогнутой рукой, как и властное рукопожатие, является признаком неуважения. Его главное назначение в том, чтобы сохранить дистанцию и напомнить о неравенстве.

Пожатие кончиками пальцев напоминает пожатие прямой, несогнутой рукой: вместо руки в ладонь заключаются только пальцы. Цель инициатора этого рукопожатия заключается в том, чтобы держать партнера по общению на удобном для себя расстоянии. Более мягкий вариант такого рукопожатия заключается в том, что партнер подает руку, кисть которой отклонена вниз от линии прямой руки.

При рукопожатии следует обратить внимание на положение корпуса здоровяющихся людей. Если партнер, протягивая вам руку, подается корпусом вперед, это свидетельствует о его заинтересованности в общении с вами, расположенности к вам. Если же при поданной руке его корпус остается прямым и даже несколько отклоняется назад, а голова слегка приподнята (подбородок задран вверх), то можно предположить несколько высокомерное отношение с его стороны.

Рукопожатие с использованием обеих рук (иногда его называют «перчаткой») встречается довольно часто. Его смысл заключается в демонстрации того, что его инициатор честен и ему можно доверять. При таком рукопожатии вы берете руку партнера правой рукой и дополнительно охватываете ее левой. Другая форма этого жеста: пожимая руку партнера своей правой, хлопываете еще и левой. Для передачи переполненности чувств используется левая рука, которая сверху кладется на правую руку. Степень глубины чувств зависит от того, на какое место кладется рука. Если рука кладется на локоть партнера, то это выражает больше чувства, чем при захватывании запястья. Если рука кладется на плечо, то это означает больше чувства, чем когда она находится на предплечье.

Рукопожатие с использованием обеих рук применимо только по отношению к близким друзьям и хорошо знакомым людям. Применять этот жест по отношению к клиентам и партнерам не следует, ибо они в подобной ситуации чувствуют себя крайне неудобно. Тем не менее, многие политические деятели упорствуют в его использовании. Достаточно вспомнить телерепортажи о встречах политиков и руководителей нашего недалекого прошлого, да и настоящего.

Существует также несколько рукопожатий неформального общения. Прежде всего, это жест, когда рука подается сбоку широким движением. Если он характерен для данного человека, то это говорит о его стремлении к навязыванию себя или просто о простоватости его характера. Если такой жест в целом не типичен для данного человека, то это показатель (иногда демонстративный) близости отношений.

Жест, когда в качестве рукопожатия делается быстрый взаимный хлопок по кончикам пальцев, используется обычно в ознаменование успешного результата тесного взаимного сотрудничества в важном для обоих собеседников деле. В некоторых случаях такое «рукопожатие» носит характер установившейся традиции. Но, чаще всего, оно является своего рода игрой в молодежных коллективах.

Чтобы получить более исчерпывающую информацию о человеке по его рукопожатию, нужно также учитывать его интенсивность и длительность. Слишком короткое, вялое рукопожатие очень сухих рук может свидетельствовать о безразличии. Наоборот, длительное рукопожатие и слишком влажные руки свидетельствуют о сильном волнении. Чуть-чуть удлиненное по времени рукопожатие наряду с улыбкой и теплым взглядом демонстрирует дружелюбие. Однако задерживать руку партнера

в своей руке не стоит: у него может возникнуть чувство раздражения – он как будто попал в капкан.

Следует учитывать разницу во взглядах на рукопожатия у иностранцев. Например, при встрече с бизнесменами из Азии не надо сжимать им ладонь слишком сильно и долго. Наоборот, западноевропейские и американские предприниматели терпеть не могут вялых рукопожатий, поскольку у них очень ценятся атлетизм и энергия. Им следует пожимать руку энергично и сильно.

Позы собеседников и их психологическая роль

В процессе делового разговора надо обращать внимание на позы собеседника, ибо они, как и жесты почти не фиксируются сознанием и потому гораздо лучше слов передают его истинные мысли и настроения, что можно видеть на примере рисунков. Как правило, человек поднимает плечи, когда он напряжен, и опускает, когда расслаблен. Человек, стоящий перед большой группой людей и намеревающийся сделать какое-то сообщение или доклад, может получить существенную информацию о настроении аудитории, наблюдая за положением плеч и голов слушателей. Чем более негативно настроена и напряжена аудитория, или чем отрицательнее и враждебнее настроена очередь или другая группа людей, тем больше там поднятых плеч и опущенных уголков рта.

Поднятая голова и опущенные плечи могут означать открытость, интерес, настрой на успех, ощущение контроля над ситуацией.

Опущенная голова, поднятые плечи могут выражать замкнутость, чувство поражения, презрения, неудовлетворенность, страх, неуверенность.

Поза, которую собеседник принимает, когда садится, тоже говорит о многом. Так, посадка на стул за спинкой означает агрессивность и иногда превосходство. Если собеседник сидит скрестив ноги, то внутренне он уже «кипит», а если скрещены еще и руки, то его враждебность достигла предела. В кресле все эти позы принять практически невозможно, поэтому, чтобы собеседника как-то «остудить», его лучше пересадить со стула. Возможность физического расслабления должна немедленно привести и к расслаблению психологическому, а потому и снижению остроты противостояния.

Собеседник, сидящий в позе «как вкопанный», с напряженно выпрямленным телом и «вросшими» в пол ногами, не отрываясь смотрящий на своего партнера, на самом деле его, как правило, не слушает и занят своими мыслями. Заинтересованный слушатель обычно сидит на краю кресла или стула, подавшись вперед, склонив голову вбок и опершись на руку.

Вообще наклон головы вбок – свидетельство заинтересованности, внимательного слежения за ходом мысли собеседника. Если нить повествования теряется, слушатель выпрямляется, приподнимается, а затем опускает плечи. Его взгляд начинает блуждать по стенам, потолку или лицам присутствующих. Обычно он делает телодвижение по направлению к выходу. Всё это свидетельствует о том, что разговор пора заканчивать.

На переговорах с партнером не следует принимать позу, характеризующую закрытость в общении и агрессивность: насупленные брови,

чуть наклоненная вперед голова, широко расставленные на столе локти, сцепленные и особенно сжатые в кулаки пальцы. Не следует надевать очки с затемненными стеклами, особенно при первой встрече. Не видя глаз собеседника, партнер может чувствовать себя неловко, поскольку значительная доля информации, считываемой с глаз, оказывается ему недоступной. В результате будет нарушена атмосфера общения.

Позы участников беседы всегда отражают их субординацию. Очень важна психологическая субординация – стремление доминировать или, напротив, подчиняться, что может не совпадать со статусом.

Иногда собеседники занимают равное положение, но один из них стремится показать свое превосходство. Рассмотрим это на примере. Беседуют двое. Один из них присел на краешек стула, положив руки на колени, другой развалился, небрежно закинув ногу на ногу. Взаимоотношения этих собеседников легко понимаются, даже если не слышно, о чем идет речь: второй полагает себя хозяином положения, а первый – подчиняющимся (при этом неважно истинное соотношение занимаемых ими позиций). О стремлении к доминированию свидетельствуют такие позы: обе руки на бедрах, ноги чуть расставлены, одна рука на бедре, другая опирается о косяк двери или стену, голова чуть приподнята, руки перекинута у талии.

При желании подчеркнуть согласие с партнером собеседник часто копирует его позы и жесты. Так, если во время дружеской беседы один из собеседников сидит, подперев голову рукой, то другой почти автоматически делает то же, как бы говоря этим: «Я тоже такой же, и я так думаю».

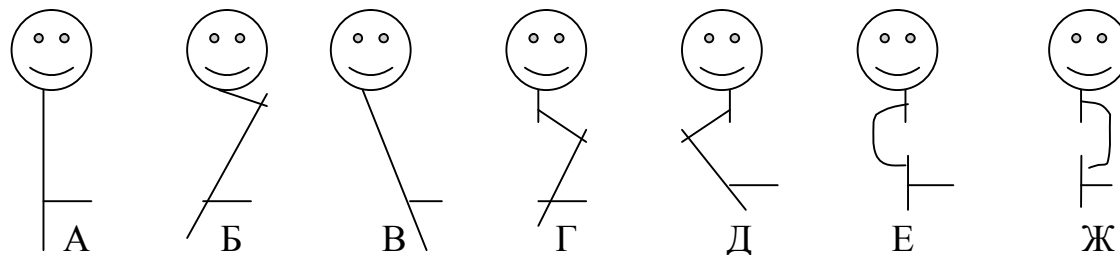
При рассаживании участников официальных приемов также надо учитывать позы, которые они принимают. В рабочих кабинетах столы обычно ставятся буквой «Т». Чем выше положение руководителя, тем больше эта буква. Посетителю предлагают сесть за стол, во главе которого находится хозяин кабинета. Сразу чувствуется отношение доминирования. Порой его стремятся специально подчеркнуть.

В том случае, если хозяин кабинета хочет показать себя на одном уровне с собеседником, он принимает его, садясь за отдельный стол, который может использоваться и для совещаний с подчиненными, если руководитель хочет держаться с ними «на равных».

Форма такого стола также имеет психологическое значение. Неслучайно существует выражение «беседа за круглым столом». Круглый стол подразумевает равноправие участников, неформальный характер встречи, свободный обмен мнениями. Беседа за журнальным столиком будет носить еще более неофициальный характер. Если в кабинете есть только один «Т»-образный стол, а хозяин кабинета не желает продемонстрировать доминирование, то он покидает свое кресло и садится напротив, а при менее официальных разговорах – наискось от собеседника.

Очень выразительны позы, фиксирующие только положение тела, по которым также можно судить о внутреннем состоянии собеседника. Если человек говорит то, что думает, его тело посылает сигналы, которые мы называем однозначными. В таких случаях поза, как правило, бывает прямой,

без особых изгибов, и может быть описана прямой линией, соединяющей голову со ступнями. Когда же соответствие между мыслями и словами нарушается, тело начинает посылать двойные сигналы, и линия, соединяющая голову и ступни, становится ломаной. Приведем некоторые примеры однозначных сигналов.



Человек, контролирующий ситуацию и говорящий то, что думает, обычно принимает позу, изображенную на рис. «А». Это может быть докладчик, метрдотель, стюард, администратор в гостинице или торговец; он контролирует обстановку, знает дело, получает удовольствие от работы и не имеет каких-либо скрытых намерений. Человек, который стремится добиться от других подчинения, хочет давать указания типа: «Ну, достаточно, прекращайте!» и не собирается скрывать своих намерений, будет тяготеть к позе, изображенной на рис. «Б». Это может быть руководитель, стремящийся провести в жизнь свое решение, либо работник сервиса, который решительным тоном просит о чем-то клиентов (пассажиров).

Человек на рис. «В» находится в оборонительной позиции: «Я настаиваю на том, чтобы за мной сохранили это место». Или: «Нет, спасибо, я ни при каких обстоятельствах не буду изменять свое решение».

Это положение тела также выражает явное соответствие между мыслями и словами.

В тех случаях, когда имеет место явное расхождение между мыслями и словами, тело посылает действенные сигналы, что можно видеть на примере представленных выше поз.

Позу «Г» может принять смущенный и неуверенный человек. Смысл сообщения здесь находится в подтексте, между строк.

Поза «Д» свойственна человеку, стремящемуся выказать преувеличенную почтительность. Она типична для учеников и служащих, вежливо стоящих в дверях комнаты начальника и почтительно докладывающих о своем деле.

Если клиент, отказывающийся на словах от услуг продавца или работника сервиса, находится в позе «Д», с ним все равно будут вести переговоры. Гораздо труднее это сделать, если его осанка напоминает изображенную на рис. «В».

Человек, стесняющийся своего высокого роста, ходит на низких каблуках и сутулится, как это показано на рис. «Е». Особенно это касается женщин и молодых людей.

Подростки также сильно сутулятся. Из-за этого окружающие считают их порой ленивыми и медлительными, что далеко не всегда верно.

Просто в переходном возрасте в мозгу и теле человека происходит столько изменений, что ему очень трудно с ними совладать.

Положение тела на рис. «Ж» характерно для людей маленького роста, которые стараются казаться повыше. Они как бы надуваются, желая сказать: «А вот и я, вы видите, какая я важная персона!». Эту позу часто принимают руководители низшего звена, любующиеся собой и всеми силами желающие убедить мир в том, как важна их должность.

Тема 6. Виды общения

В зависимости от используемой техники общения и его целей можно выделить следующие виды:

1. *«Контакт масок»* – формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учесть особенности личности собеседника. Этот процесс общения получил свое название потому, что в процессе общения используются привычные *маски* вежливости, строгости, безразличия, участливости и т.д., то есть набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть отношение к собеседнику. В некоторых ситуациях контакт масок необходим для того, чтобы не вступать в личный контакт.

2. *Формально-ролевое общение*, в котором регламентированы и содержание, и средства общения социальными ролями партнеров по общению: врач и пациент, милиционер и нарушитель правил дорожного движения, контролер и пассажиры автобуса и т.д.

3. *Светское общение*, определяемое формальной вежливостью. Его особенность состоит в том, что люди фактически не общаются, говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях. Их точки зрения на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций. Светское общение носит ритуализированный характер.

4. *Манипулятивное общение*, направленное на получение односторонней выгоды от собеседования с использованием манипулятивной техники воздействия на партнера по общению (лесть, обман, демонстрация силы, демонстрация слабости, демонстрация доброты, «пускание пыли в глаза», запугивание и т.п.) в зависимости от особенностей личности собеседника.

5. *Духовное межличностное общение* между людьми, при котором раскрываются глубинные структуры личности. Духовное общение характеризуется взаимопониманием между людьми, а в его основе лежит доверие к личности собеседника.

6. *Деловое общение*, направленное на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата.

Если бы не было общения, мы не стали бы теми, кто мы есть. Только в общении с другими людьми происходит развитие личности. Перефразируя известное выражение, можно утверждать: «Скажи, с кем ты

общаешься, и я скажу, кто ты». Основные свои черты каждый из нас приобретает через личный опыт общения, через непосредственные контакты. Это так называемая микросреда. Благодаря общению в микросреде и происходящим здесь контактам каждый из нас познает более широко социальный мир и общается с ним, т.е. испытывает воздействие макросреды. Макросреда – это общество со своей наукой, культурой, идеологией, законами, общественными нормами и т.д. Местом встречи микро- и макросреды, гранью, за которой они взаимодействуют, является малая группа, где протекает жизнь каждого из нас.

Именно в малых группах в своей микросреде человек усваивает специфические проявления макросреды: опыт и знания предшествующих и современных поколений. Личность взаимодействует с обществом не напрямую, а с помощью своего круга общения.

Тема 7. Перцептивная сторона общения

Термин «социальная перцепция», т.е. социальное восприятие, впервые был введен американским психологом Дж. Брунером (р.1915). Назвав восприятие «социальным», он обратил внимание на то что, несмотря на все индивидуальные различия, существуют какие-то общие, вырабатываемые в общении, в совместной жизни социально-психологические механизмы восприятия. Брунер провел целую серию экспериментов по изучению восприятия и показал, что восприятие как предметов, так и других людей зависит не только от индивидуально-личностных, но и от социокультурных факторов. Социальная значимость или незначимость объекта может восприниматься неадекватно. Так, к примеру, дети из бедных семей воспринимали размеры монеток больше их реальных размеров, а дети из богатых семей – наоборот, меньше. Такой же деформации подвергаются и образы людей (эксперимент П. Уилсона по определению роста человека, которого последовательно представляли в разных студенческих аудиториях как лаборанта, преподавателя, доцента, профессора. Чем выше становился его социальный статус, тем более высоким он воспринимался).

Под **восприятием** понимается целостный образ другого человека, формируемый на основе оценки его внешнего вида и поведения.

В деловом общении приходится взаимодействовать с людьми, которых видишь впервые, и с людьми, которые уже достаточно хорошо знакомы.

Психологические исследования показали, что в основе восприятия незнакомых ранее людей и людей, с которыми уже имеется определенный опыт общения, лежат разные психологические механизмы.

В первом случае восприятие осуществляется на основе психологических механизмов межгруппового общения, во втором – механизмов межличностного общения.

К психологическим механизмам восприятия в межгрупповом общении относят процесс социальной стереотипизации, суть которого заключается в том, что образ другого человека строится на базе тех или иных типовых схем.

Наиболее известны этнические или национальные стереотипы – представления о членах одних национальных групп с точки зрения других. Стереотип студента.

Почти каждый взрослый человек, имеющий опыт общения, способен по внешности человека, его одежде, манере говорить и поведению достаточно точно определить многие его социально-психологические характеристики: психологические черты, возраст, социальный слой, примерную профессию. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях. В других же ситуациях почти всегда присутствуют ошибки восприятия. И чем менее нейтральные отношения, чем более люди заинтересованы друг в друге, тем больше вероятность ошибок.

Это объясняется тем, что перед человеком никогда не стоит задача просто «воспринять» другого. Образ партнера, создаваемый при знакомстве, – это регулятор последующего поведения, который необходим для того, чтобы правильно и эффективно в данной ситуации построить общение. Наше общение зависит от того, с кем мы общаемся. Для каждой категории партнеров есть разные «техники» общения, выбор которых определяется характеристиками партнера. Наиболее важные в данной ситуации характеристики – это те, которые позволяют отнести партнера к какой-то группе. Именно эти характеристики и воспринимаются достаточно точно. А остальные черты и особенности просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь проявляется вероятность ошибки. Эти ошибки восприятия обусловлены, в частности, действием некоторых факторов: превосходства, привлекательности и отношения к нам.

1. Фактор превосходства. Проявляется в неравенстве партнеров, когда люди, вступающие в общение, отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллектуальному потенциалу и т.д.

Схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Причем превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эта схема восприятия начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве.

Для того чтобы подействовал фактор превосходства, нам надо это превосходство сначала оценить. Есть два основных источника информации:

1. Одежда человека, его внешнее оформление, включая такие атрибуты, как знаки отличия, очки, прическа, награды, драгоценности, а в определенных случаях даже такая «одежда» как машина, оформление кабинета и т.д.

2. Манера поведения человека (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т.д.).

2. Фактор привлекательности. Под его влиянием при восприятии какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми. Ошибка здесь в том, что если человек нам нравится (внешне!), то одновременно мы склонны считать его более умным, хорошим, интересным и т.д., т.е. опять-таки переоценивать многие его личностные характеристики.

Например, в эксперименте учителем были предложены для оценки «личные дела» учеников и ставилась задача определить уровень интеллекта, планы на будущее, отношения со сверстниками. Секрет эксперимента в том, что для оценки давалось одно и то же дело, но с разными фотографиями – красивых и некрасивых детей. Красивые дети получали более высокую оценку своих возможностей. Эти данные подтверждены и в эксперименте американского психолога А. Миллера, который, применив метод экспертных оценок, отобрал фотографии людей красивых, «обыкновенных» и некрасивых. Затем он показал эти фотографии испытуемым. В их оценке красивые превосходили некрасивых по всем параметрам.

То есть чем больше внешне привлекателен для нас человек, тем он кажется лучше во всех других отношениях; если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются. Новсем известно, что в разное время разное считалось привлекательным, что у разных народов свои каноны красоты.

Но привлекательность нельзя считать только индивидуальным впечатлением, она скорее носит социальный характер. Поэтому знаки привлекательности надо искать, прежде всего, не в том или ином разрезе глаз или цвете волос, а в социальном значении того или иного признака человека. Ведь есть одобряемые и не одобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности. И привлекательность – не что иное, как степень приближения к тому типу внешности, который максимально одобряется той группой, к которой мы принадлежим. Знаком привлекательности являются усилия человека выглядеть социально-одобряемым. Механизм формирования восприятия по этой схеме тот же, что и при факторе превосходства.

3. Фактор отношения к нам действует таким образом, что люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, которые к нам относятся плохо. Знаком отношения к нам, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера.

Психологи Карри и Кени, выявив мнения испытуемых по ряду вопросов, познакомили их с мнениями по тем же вопросам, принадлежащим другим людям, и просили их оценить эти мнения. Оказалось, что чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека. Это правило имело и обратную силу – чем выше оценивался некто, тем большее сходство его взглядов с собственным от него ожидали. Убежденность в этом предполагаемом «родстве душ» была настолько велика, что разногласий с позиций привлекательного лица испытуемые попросту не замечали. Важно, чтобы во всем было согласие, и тогда включается схема восприятия по фактору отношения к нам.

Межличностное общение. Задачей первого впечатления является быстрая ориентировка в межгрупповом общении. В постоянном общении результаты первого впечатления продолжают действовать. Но этого оказывается недостаточно. Становится важным более глубокое и объективное понимание партнера – его актуального эмоционального состояния, намерений, динамики его отношения к нам. Здесь восприятие и понимание партнера происходят на другой основе. Психологическими механизмами восприятия и понимания здесь являются идентификация, эмпатия и рефлексия.

1. **Идентификация** – уподобление себя ему. При идентификации человек как бы ставит себя на место другого и определяет, как бы он действовал в подобных ситуациях.

2. **Эмпатия** – понимание на уровне чувств, стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько продумывается, сколько прочувствуется. Эмпатическое понимание возможно в отношении немногих, поскольку составляет тяжелую нагрузку для психики.

3. **Рефлексия** – осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание другого, но знание того, как другой понимает меня, т.е. своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга.

Тема 8. Общение как коммуникации

Коммуникационный процесс – это обмен информацией между двумя или более людьми. Основная цель коммуникационного процесса – обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, *т.е. сообщений*.

В процессе обмена информацией можно выделить четыре базовых элемента:

1. **Отправитель** – лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее.

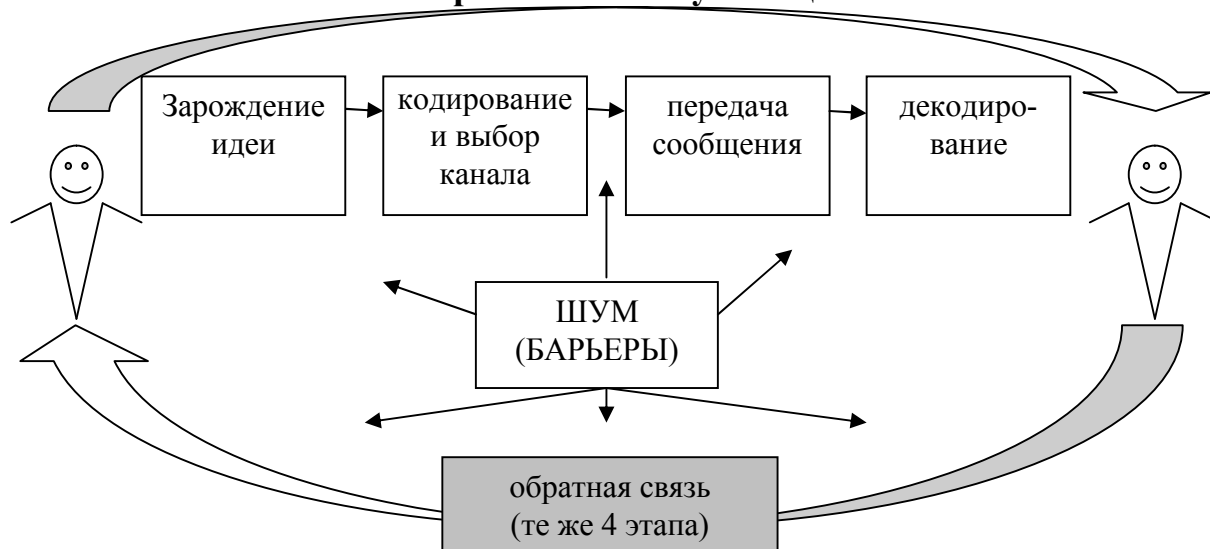
2. **Сообщение** – собственно информация, закодированная с помощью символов.

3. **Канал** – средство передачи информации.

4. **Получатель** – лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

При обмене информацией отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов. Их задача – составить сообщение и использовать канал для его передачи таким образом, чтобы обе стороны поняли и разделили исходную идею.

Четыре этапа коммуникаций:



1. Зарождение идеи

Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. Многие попытки обмена информацией обрываются на этом первом этапе, поскольку отправитель не затрачивает достаточного времени на обдумывание идеи. На этом этапе необходимо осознать, какие идеи предназначены к передаче **до того**, как вы отправляете сообщение, а также оценить адекватность и уместность ваших идей с учетом конкретной ситуации и цели коммуникаций.

2. Кодирование и выбор канала

Прежде, чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, используя для этого вербальные и невербальные средства общения. Такое кодирование превращает идею в сообщение.

Отправитель должен также выбрать канал, совместимый с типом символов, использованных для кодирования. К некоторым общеизвестным каналам относятся передача речи и письменных материалов, а также электронные средства связи, включая компьютерные сети, электронную почту, видеоленты и видеоконференции.

Выбор средства сообщения не должен ограничиваться единственным каналом. Часто желательно использовать два или большее число средств коммуникаций. Исследования показывают, что одновременное использование средств обмена устной и письменной информацией обычно эффективнее, чем, скажем, только обмен письменной информацией (НА РАБОТЕ – ВНАЧАЛЕ ПИСЬМО ЭЛЕКТРОННОЕ ПОСЫЛАЕШЬ, ЗАТЕМ ПЕРЕГОВОРЫ, Т.К. ОБЪЕМ ИНФОРМАЦИИ БОЛЬШОЙ, ЕГО НЕОБХОДИМО ПЕРЕРАБАТЫВАТЬ).

3. Передача

На третьем этапе отправитель, используя канал, передает сообщение (закодированной идеи или совокупности идей) получателю. Речь идет

о физической передаче сообщения, которую многие люди по ошибке и принимают за сам процесс коммуникаций.

4. Декодирование

Декодирование – это перевод символов отправителя в мысли получателя. Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, последний будет знать, что именно имел в виду отправитель, когда формировалась его идея. Если реакции на идею не требуется, процесс обмена информацией на этом должен завершиться.

Однако по ряду причин, получатель может придать несколько иной, чем в голове отправителя, смысл сообщению.

Обратная связь

Обратная связь – это реакция на то, что услышано, прочитано или увидено. Информация (в вербальном или невербальном оформлении) отсылается назад отправителю, свидетельствуя о мере понимания, доверия к сообщению, усвоения и согласия с сообщением.

При наличии обратной связи отправитель и получатель меняются коммуникативными ролями. Изначальный получатель становится отправителем и проходит через все этапы процесса обмена информацией для передачи своего отклика начальному отправителю, который теперь играет роль получателя. Эффективный обмен информацией должен быть двусторонне направленным: обратная связь необходима, чтобы понять, в какой мере сообщение было воспринято и понято.

Обратная связь может способствовать значительному повышению эффективности обмена управленческой информацией. Согласно ряду исследований двусторонний обмен информацией, по сравнению с односторонним, снимает напряжения, более точен и повышает уверенность в правильности интерпретации сообщений.

Тема 9. Общение как взаимодействие

«Интерактивная сторона общения» – это термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Коммуникативный процесс рождается на основе некоторой совместной деятельности, и обмен знаниями и идеями по поводу этой деятельности неизбежно предполагает, что достигнутое взаимопонимание реализуется в новых совместных попытках развить далее деятельность, организовать ее. Для ее участников чрезвычайно важно не только обмениваться информацией, но и организовать «обмен действиями», спланировать их. Коммуникация организуется в ходе совместной деятельности, «по поводу» ее.

Типы взаимодействий

Наиболее распространённым является деление всех взаимодействий на два противоположных вида: кооперация и конкуренция. Кроме кооперации и конкуренции говорят также о согласии и конфликте, приспособлении и оппозиции, ассоциации и диссоциации и т.д. За всеми этими понятиями ясно виден принцип выделения различных видов взаимодействия. В первом случае анализируются такие его проявления, которые способствуют организации совместной деятельности, являются «позитивными» с этой точки зрения. Во вторую группу попадают взаимодействия, так или иначе «расшатывающие» совместную деятельность, представляющие собой определенного рода препятствия для нее.

Кооперация (сотрудничество) обозначает координацию единичных сил участников (упорядочивание, комбинирование, суммирование этих сил). Кооперация – необходимый элемент совместной деятельности, порожденный ее особой природой. Важным показателем «тесноты» кооперативного взаимодействия является включенность в него всех участников процесса.

Что касается другого типа взаимодействия – **конкуренции**, то здесь, чаще всего, анализ сконцентрирован в наиболее яркой ее форме, а именно на конфликте, столкновении целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов (субъектов взаимодействия). В основе любого конфликта лежит ситуация, включающая либо противоречивые позиции сторон по какому-либо поводу, либо противоположные цели или средства их достижения в данных обстоятельствах, либо несовпадение интересов, желаний, влечений оппонентов.

Конфликты обычно возникают непредвиденно, стихийно, ситуативно. Чаще всего «пищу» им дают отрицательные оценки, носящие критический характер. Поэтому такие оценки лучше не делать, а если и делать, то очень осторожно.

При анализе различных типов взаимодействия принципиально важна проблема содержания деятельности, в рамках которой даны те или иные виды взаимодействия, поскольку оно может быть весьма различным. Кооперативную форму взаимодействия можно констатировать не только в условиях производства, но и при осуществлении каких-либо асоциальных, противоправных поступков – совместного ограбления, кражи и т.д. Поэтому кооперация в социально-негативной деятельности – не та форма, которую необходимо стимулировать, напротив, конфликтная деятельность в условиях асоциальной деятельности может оцениваться позитивно.

Тема 10. Межличностные отношения в группе. Рольевая структура совместной деятельности

Психологические проблемы социальной регуляции поведения. Внешнее и внутреннее в детерминации поведения. Понятие социальной установки (проявление усвоенного социального опыта в действиях и поступках людей). Проблема возможности совпадения и рассогласования между социальной и индивидуальной установками. Значение исследований социальной установки в психологической школе Д.Н. Узнадзе для изучения социальных установок. Исследование социальной установки (аттитюда) У. Томасом, Ф. Знанецким, М. Смитом, Г. Олпортом, Р. Лапьером, М. Рокичем.

Психологическая теория отношений личности в работах В.Н. Мясищева.

Диспозиционная концепция В.А. Ядова о регуляции социального поведения личности (взаимосвязь социальной установки с потребностями и ситуациями). Иерархия потребностей, иерархия ситуаций, иерархия социальных установок (элементарные фиксированные; аттитюды – социальные, фиксированные; базовые; социальные ценностные ориентации - экономические, политические, правовые, идеологические и др.). Структура социальной установки. Эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты социальных установок.

Закономерности формирования и смены социальных установок:

1. Зависимость социальных установок от конкретных ситуаций по валентности (положительные, отрицательные, нейтральные) и степени (слабые, средние, сильные – методики Терстоула, Лаперта, Осгуда).

2. Закономерность соответствия и несоответствия ситуаций социальным установкам (контрастный эффект, ассимиляция, адекватность личностной социальной установки и предлагаемой позиции).

3. Закономерность смены и устойчивости социальных установок (от неприемлемой к приемлемой, неизменность внутренней социальной установки, но внешне неафишируемой, устойчивость крайних социальных установок).

4. Зависимость взаимодействия личности с группой от социальных установок личности по отношению к группе (конформные, антиконформные).

Положение личности в группе в условиях социализации и формирования социальных установок. Зависимость положения личности от уровня и качества развития группы. Взаимосвязь проблем: группа – личность, личность в группе.

Оценка личности в группе: интериоризация, социальное сравнение, самоатрибуция (завышенная, заниженная, адекватная), оценка и самооценка в зависимости от группового мнения, групповой контроль.

Зависимость роли личности в группе от социально-психологических качеств личности. Зависимость роли личности в группе от потребностей, целей, мотивов, умений и навыков, от ролевых ожиданий со стороны социума. Проблемы «ролевого ожидания» и «ролевого согласования».

Основные типы ролей личности в группе: институциональные, социально-психологические, не затрагивающие интересов группы, межличностные, конвенциональные, активные и латентные.

Проблема обособления личности в группе. Механизм перцептивной защиты, эффект «ожиданий», феномен когнитивной сложности. Типы поведения людей: с внешне лёгким и внутренне простым жизненным миром, с внешне трудным и внутренне простым жизненным миром, с внутренне сложным и внешне легким жизненным миром, с внутренне сложным и внешне трудным жизненным миром. Нерешенные социально-психологические проблемы личности.

Основные направления исследований межгрупповых отношений. М. Шериф о групповом взаимодействии как источнике межгрупповых отношений (сотрудничества или враждебности). А. Тэджфел о взаимосвязи межгрупповых отношений и осознания принадлежности к своей группе.

Проблема групповой сплоченности и межгрупповых отношений в отечественной и зарубежной социальной психологии. Детерминация характера межгрупповых отношений социально-значимой по целям и задачам деятельностью.

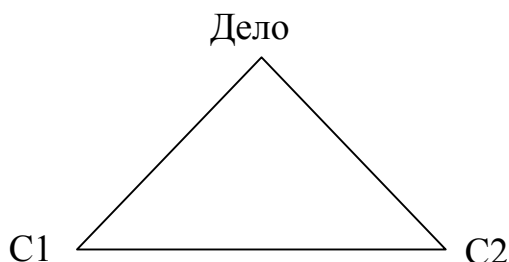
Значение деятельностной концепции межгрупповых отношений: для регуляции межгрупповых отношений, для развития внутригрупповых отношений, для регуляции межгрупповых отношений по вертикали и горизонтали.

Тема 11. Деловое общение

В психологии **общение** определяется как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или эмоционально-оценочного характера.

Деловое общение – общение, имеющее цель вне себя и служащее способом организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой и т.д.

В деловом общении предметом общения является дело:



Производственное взаимодействие может и не быть по своей сути общением в том случае, если другой субъект выступает в качестве объекта. Например, при жестко авторитарном стиле руководства отношение начальника к подчиненному выступает в основном как отношение субъекта к объекту. В этом случае формой отношений является дисциплина – принцип строгого

регулирования иерархического соположения управляющего и управляемого. Понятно, что последний лишен свободы действия, что, право принятия решения предоставлено управляющему субъекту и потому связь между ними асимметрична, монологична, а не диалогична.

Особенности делового общения:

1. Партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
2. Общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
3. Основная задача делового общения – продуктивное сотрудничество.

Уметь общаться – значит уметь разбираться в людях и на этой основе строить свои взаимоотношения с ними. Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе.

Личность обладает индивидуальными чертами и качествами (интеллектуальными, нравственными, эмоциональными, волевыми), формирующимися под воздействием общества в целом, а также в процессе семейной, трудовой, общественной, культурной жизнедеятельности человека. В общении важное значение приобретает знание и учет наиболее типичных черт поведения людей, свойств их характера и моральных качеств.

Тема 12. Конфликт. Виды, причины, способы разрешения

Руководителю приходится разрешать конфликты не только в деловой, но и в личностно-эмоциональной сфере. При их разрешении применяются другие методы, поскольку в них, как правило, трудно выделить объект разногласий, отсутствует столкновение интересов.

Как же вести себя с конфликтной личностью?

1. Необходимо иметь в виду, что у таких людей есть некоторые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлыми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким способом.
2. Следует взять под контроль свои эмоции и дать выход эмоциям этого человека, если намерены продолжать с ним общаться.
3. Не принимать на свой счет слова и поведение данного человека, зная, что для удовлетворения своих интересов трудный человек так ведет себя со всеми.
4. При выборе подходящего стиля действий в конфликтной ситуации вам следует учитывать, к какому типу людей он относится.

Выделяют следующие типы трудных людей:

- Агрессист – говорящий грубые и бесцеремонные, задирающие других колкости и раздражающийся, если его не слушают. Как правило, за его агрессивностью скрывается боязнь раскрытия его некомпетентности.

- Жалобщик – человек, охваченный какой-то идеей и обвиняющий других во всех грехах, но сам ничего не делающий для решения проблемы.
- «Разгневанный ребенок» – человек, относящийся к этому типу, по своей природе не зол, а взрыв эмоций отражает его желание взять ситуацию под свой контроль.
- Максималист – человек, желающий чего-то без промедления, даже если в этом нет необходимости.
- Молчун – держит все в себе, не говорит о своих обидах, а потом внезапно срывает зло на ком-то.
- «Тайный мститель» – человек, причиняющий неприятности с помощью каких-то махинаций, считая, что кто-то поступил неправильно, а он восстанавливает справедливость.
- «Ложный альтруист» – якобы делающий вам добро, но в глубине души сожалеющий об этом, что может проявиться в виде саботажа, требования компенсации.
- «Хронический обвинитель» – всегда выискивающий ошибки других, считая, что он всегда прав, а обвиняя, можно решить проблему.

5. Если считаете необходимым продолжение общения с трудным человеком, вы должны настаивать на том, чтобы человек говорил правду, неважно какую.

Таким образом, в конфликтной ситуации или в общении с трудным человеком, вы должны попытаться увидеть в нем не только друга, но и лучшие качества, поскольку вы уже не сможете изменить не систему его взглядов и ценностей, ни его психологические особенности и особенности его нервной системы.

Правила поведения в условиях конфликта:

1. Помните, что в конфликте у человека доминирует не разум, а эмоции, что ведет к аффекту.
2. Придерживайтесь многоальтернативного подхода и, настаивая на своем предложении, не отвергайте предложение партнера.
3. Осознайте значимость разрешения конфликта для себя. Это позволит перенести центр тяжести с отношений на проблему.
4. Если вы и ваш собеседник раздражены и агрессивны, то необходимо снизить внутреннее напряжение.
5. Ориентируйтесь на положительное, лучшее в человеке, тогда вы обязываете и его быть лучше.
6. Предложите собеседнику встать на ваше место. Это снимает критический настрой и переключает собеседника с эмоций на осмысление ситуации.
7. Не преувеличивайте свои заслуги и не демонстрируйте знаки превосходства.
8. Не обвиняйте партнера и не приписывайте только ему ответственность за возникшую ситуацию.

9. Независимо от результатов разрешения противоречий старайтесь не разрушить отношения.

Адекватность восприятия информации во многом зависит от наличия или отсутствия в процессе общения **коммуникативных барьеров**. В случае возникновения барьера информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к получателю.

Информационно-дефицитный барьер

Это механический обрыв информации, неясность передаваемой информации, в силу чего искажается изложенная и переданная мысль.

Эмоциональный барьер

Происходит когда люди, получив какую-либо информацию, более заняты своими чувствами, предположениями, чем реальными фактами. Слова обладают сильным эмоциональным зарядом, причём не столько сами слова (символы), сколько ассоциации, которые они порождают в человеке. Слова имеют первичное (буквальное) значение и вторичное (эмоциональное).

Фонетическое непонимание

Возникает, когда участники общения говорят на различных языках и диалектах, имеют существенные дефекты речи и дикции, искажённый грамматический строй речи. Барьер фонетического непонимания порождает также невыразительная быстрая речь, речь-скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов.

*С точки зрения психологии причина непонимания здесь будет заключена в следующем. **Все внимание** человека, на которого направлен поток возмущенных слов, **концентрируется не на смысле объяснения, а на отношении говорящего к партнеру**. В результате (как защитная реакция) происходит сдвиг внимания. Он блокирует аналитическую деятельность мозга и слова, адресованные слушающему партнеру, не осознаются им. Понимание заблокировано.*

Семантический барьер

Связан с различиями в системах значений (тезаурусах) участников общения. Это, прежде всего, проблема жаргонов и слэнгов. Известно, что даже в рамках одной и той же культуры есть множество микрокультур, каждая из которых создаёт своё «поле значений», характеризуется своим пониманием различных понятий, явлений, ими выражаемых. Так, в различных микрокультурах неодинаково понимается смысл таких ценностей как «красота», «долг», «естество», «приличие» и т.д. Кроме того, каждая среда создаёт свой мини-язык общения, свой слэнг, в каждой свои любимые цитаты и шутки, выражения и обороты речи.

Стилистический барьер

Возникает при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния получателя и др. Так партнёр по общению может не принять критическое замечание, так как оно будет высказано в несоответствующей ситуации панибратской манере, или дети не воспримут интересный рассказ из-за сухой, эмоционально ненасыщенной или наукообразной речи взрослого. Коммуникатору необходимо тонко чувствовать состояние своих партнеров, улавливать оттенки возникающей ситуации общения с тем, чтобы привести в соответствие с ней стиль своего сообщения.

Стиль может быть неуместным, слишком тяжелым или легковесным, не соответствующим ситуации и намерениям партнера. Для того, чтобы быть хорошо воспринимаемым, нужно четко изложить информацию, основные доводы, аргументы, их подтверждающие, структурировать информацию таким образом, чтобы она была взаимосвязана и одна мысль как бы вытекала из другой.

Существует два основных приема структурирования информации в деловом взаимодействии: правило рамки и правило цепи.

Суть **правила рамки** состоит в том, что **начало и конец** любого делового разговора **должны быть четко очерчены**. В начале, как правило, сообщаются цели и намерения, перспективы и ожидания, возможные результаты, в конце должны быть подведены итоги, сделаны выводы по поводу реализованных или нереализованных надежд и ожиданий, показана ретроспектива. Это способствует не только лучшему пониманию и восприятию информации, но и запоминанию, так как существует психологический феномен, которым блестяще пользуются многие знаменитые ораторы: **люди запоминают лучше всего начало и конец**, причем начало способствует возникновению симпатии или неприязни и это, в свою очередь, влияет на слушание и доверие к партнеру. Конец, завершающий информацию, остается в памяти, следовательно, сформулированные выводы в конце выступления и есть то основное, что обычно часто вспоминается аудиторией.

В повседневном общении правило рамки достаточно часто нарушается. Как уже отмечалось, некоторые партнеры, начав разговор по поводу одного намерения, зачастую забывают о нем и завершают разговор уже совсем по другому поводу. Такие ситуации распространены и возникают на деловых совещаниях, встречах, собраниях, дискуссиях, беседах и пр. Именно с этой перестройкой внутри содержания разговора деловое общение становится для многих неудовлетворительным: неизвестно о чем договорились, к какому результату пришли, зачем начали этот разговор, а главное – надо возвращаться к этой проблеме снова и вновь затрачивать рабочее время.

Немецкий психолог Герман Эббингауз еще в конце XIX века установил так называемый **фактор ряда: начало и конец любого информационного ряда**, из чего бы он ни состоял, сохраняется в памяти лучше, чем середина. Следовательно, соблюдая правило рамки, участник делового взаимодействия

может быть совершенно уверен, что запомнится именно то, что необходимо, то есть самое главное: цели и намерения, результаты и выводы.

Как показывает практика делового общения, для ее участников более важна **степень достижения цели** и ожидаемых результатов, чем способы этого достижения. Поэтому, когда коллеги интересуются судьбой каких-либо переговоров, деловой встречи, пресс-конференции, брифинга, их, как правило, интересует не то, как они проходили, а то, чем они закончились. Удалось ли партнерам добиться своего: выиграть процесс; провести свою линию, добившись односторонних уступок; сформировать необходимое общественное мнение; продемонстрировать свой имидж или фирменный стиль и др. Деловая коммуникация тогда только и конструктивна, когда есть ожидаемый результат.

Правило цепи, в отличие от правила рамки, направленного на «внешнее» структурирование общения, определяет «внутреннее» структурирование, задавая строение информации как бы «изнутри». Речь идет о том, что необходимая информация для анализа проблемы не должна представлять собой бесформенную груду разнообразных сведений, разношерстных по форме и содержанию. Необходимые сведения должны быть выстроены соответствующим образом, как бы соединены в цепь по каким-либо признакам.

В зависимости от предпочитаемых признаков способы соединения информационных цепочек могут быть различными: в одних случаях – это: «во-первых, во-вторых, в-третьих» и т.п.; в других – информация может быть проранжирована: сначала – сказать самое главное, затем – изложить основное, следующее по значимости, далее – привести менее значимую информацию.

Предлагаемый сюжет деловой коммуникации может быть выстроен и в «логических цепочках», например: «если это так, то напрашивается следующий вывод», «раз мы согласны с этим, следовательно, это тоже верно». Используя при деловом взаимодействии правило цепи, мы не только упорядочиваем, связываем, организуем содержание, но и облегчаем партнеру восприятие и понимание информации, а также ее запоминание. Качество цепи должно соответствовать представлениям Партнера, а ее «вид» может быть избран в зависимости от его Предпочтений и возможностей, то есть интеллектуальных возможностей и личностного потенциала.

Очень важна при взаимодействии и последовательность передачи всей информации в целом. **Неправильная организация сообщения порождает стилистический барьер между общающимися.** Сообщение воспринимается лучше, когда оно построено следующим образом:

- от внимания к интересу;
- от интереса к основным положениям;
- от основных положений к возражениям и вопросам;
- ответы, выводы, резюмирование.

Стилистический барьер возникает и тогда, когда **форма коммуникации и ее содержание не соответствуют друг другу**, например: пригласили на беседу, а вместо диалога был односторонний монолог, или на митинге, где предполагается живая агитационно-пропагандистская речь, выступали

с докладами по написанному тексту, а на юбилейном банкете коллеги в тостах говорили о недостатках и упущенных возможностях хозяина. Такие сюжеты, к сожалению, встречаются в реальной практике общения, они вызывают не только неудовлетворенность, но и непонимание самой информации, ибо отрицательные эмоции, сопутствующие такой коммуникации, не позволяют внимательно слушать, мешают сосредоточенности.

И, наконец, стилистический барьер возникает и тогда, когда информация передается функционально-книжным языком, о чем мы уже говорили и писали. **Научный и канцелярский стиль** более понятен при чтении, **восприятие же его на слух затруднено**. К тому же доказано, что лучше всего запоминается фраза, состоящая из 4-14 слов, из 15-18 слов – уже хуже, из 18-25 слов – весьма удовлетворительно, а фраза, насчитывающая свыше 25 слов, на слух практически не воспринимается. Поэтому для преодоления стилистического барьера необходимо не только хорошо структурировать информацию, использовать содержание, адекватное форме, но и говорить кратко и в том темпе и ритме, который наиболее ситуативно уместен и подходит деловому партнеру.

Логический барьер

Возникает в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором, либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, противоречит присущей ему манере доказательства. В психологическом плане можно говорить о существовании множества логик и логических систем доказательств. Для одних людей логично и доказательно то, что не противоречит разуму, для других то, что соответствует долгу и морали. Можно говорить о существовании «женской» и «мужской» психологической логики, о «детской» логике и т.д.

Каждый человек видит мир, ситуацию, проблему со своей точки зрения.

Прежде, чем высказать мысль вслух, человек как бы сначала «упаковывает» ее во внутреннюю речь, а уж затем выражает ее вслух. Процесс превращения мысли в слово называется **вербализацией**. Выделяя в речевом потоке слова, слушающий расшифровывает их значения, постигая таким образом смысл вербального сообщения. Понимание слов представляется наиболее элементарной операцией декодирования высказывания. Трудности возникают потому, что на осмысление слов в реальном общении существенное влияние оказывает конкретная ситуация.

Ночью раздался стук в окно.

– Хозяин, дрова нужны?

– Нет, не нужны.

Наутро глядь: дрова во дворе исчезли.

Социально-культурный барьер

Это могут быть социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, которые приводят к различной интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе коммуникации. В качестве барьера может выступать и само восприятие партнёра по общению как лица определённой профессии, определённой национальности, пола и возраста. Например, огромное значение для возникновения барьера играет авторитетность коммуникатора в глазах реципиента. Чем выше авторитет, тем меньше преград на пути усвоения предлагаемой информации. Само нежелание прислушиваться к мнению того или иного человека часто объясняется его низкой авторитетностью (например, знаменитое «яйца курицу не учат»).

Барьеры, обусловленные восприятием (неналожение полей восприятия получателя и отправителя). Они могут быть следствием конфликта между сферами компетенции, могут быть также обусловлены социальными установками (например, негативное отношение к самой идее). Затрудняют коммуникации также предвзятые представления людей, отвергающие новые идеи в силу их новизны, кажущейся с первого взгляда сомнительной или в силу устойчивого мнения, порожденного определенными условиями (стереотипы).

Тема 13. Организация взаимодействия в процессе делового общения. Стратегия и тактика делового общения

Технология выбора стратегий и тактик в переговорном процессе. План-карта прогноза переговоров. Выбор модели ведения переговоров: торг или сотрудничество. Стратегия «мягкой» и «жесткой» позиции. Партнерский подход к переговорам. Стили переговоров. Основные методы ведения переговоров. Определение «зоны решения». Тактика эмоционального и рационального давления. Определение границ собственных уступок. Альтернативные предложения. Определение путей к согласию. Переговоры в зоне высокой вероятности обмана. Блеф и обман.

Технология выбора стратегий и тактик в переговорном процессе всякий раз зависит от конкретных условий рынка, предмета переговоров и его участников. Переговоры – процесс творческий, описать можно лишь их структуру.

Можно выделить манипулятивно-силовую тактику ведения переговоров (что в большей степени соответствует торгу) и тактику сочетания «жесткой» и «мягкой» позиции. Р. Фишер и У. Юри справедливо полагают, что ни один из этих стилей ведения переговоров не является безупречным. Они предлагают третий вариант – принципиальное ведение переговоров, сущность которого сводится к четырем методическим рекомендациям:

- отделить споры между партнерами (людьми) от задачи, которую нужно решить;

- сосредоточиться на выгодах, а не на позициях;
- прежде, чем пытаться достичь соглашения следует продумать несколько его вариантов, направленных к взаимной выгоде сторон;
- необходимо настаивать на использовании объективных критериев.

Следует заметить, что такой партнерский стиль в решении проблемы, когда участники в равной мере осознают, что срыв переговоров невыгоден обеим сторонам, встречается редко.

Относительно выбора стиля ведения переговоров и приемов аргументации на переговорах в литературе существуют самые различные и порою противоречивые точки зрения. Мы приведем несколько существенных рекомендаций, даваемых различными авторами:

- нападение на переговорах является лучшей защитой;
- мудро поступает тот, кто выдает себя за простака (так легче поймать в ловушку предвкушающего близкую выгоду партнера по переговорам);
- использование эмоционального давления в виде прямых и откровенных вопросов «в лоб»;
- задавать равное количество встречных вопросов (на надоедливые вопросы отвечать не менее надоедливо вопросами);
- выбирая жесткий стиль, необходимо внимательно следить, чтобы не перейти в конфронтацию;
- искренность в чем-то одном, порождает доверие во всем.

В любых переговорах не исключена возможность обмана. Здесь уместно сослаться на Шопенгауэра, который писал: «Если подозреваете, что вам врут, сделайте вид, что безусловно верите. Это поощрит собеседника развивать тему. Он станет врать наглее и попадетсся. Если заподозрили, что у партнера случайно обнаружилась часть скрываемой правды, играйте в недоверие. Партнер в запальчивости может выложить правду».

В зависимости от положения дел на рынке может возникнуть ситуация, когда одна из сторон более заинтересована в совершении сделки, чем другая. В этом случае перед более заинтересованной стороной стоит сложная задача, которая заключается в определении степени эмоционального давления на партнера по переговорам. Необходимо скрыть свою заинтересованность, но не до явного безразличия, что может привести к провалу переговоров. Еще сложнее обстоит дело с тонким сочетанием тактик эмоционального и рационального давления на партнера.

Составление предварительного плана из десяти пунктов сближения позиций позволит целенаправленно и уверенно идти на сближение позиций. Пункты один-пять плана составляют основные цели, которых вы хотите достичь на переговорах. Уступки в этой зоне нежелательны. Пункты шесть-десять – то, что может быть зоной компромисса, уступок, которые существенно не затрагивают ваши интересы. Вычеркивая в ходе переговоров, начиная с последнего, вы всегда сможете видеть ход переговоров, так сказать, наглядно.

Составление такого плана целесообразно в тех случаях, когда рассматриваемых вопросов и вариантов их решения много. Как бы хорошо не были проведены подготовительные мероприятия, все же, сев

за стол переговоров, стороны имеют лишь общее представление о позиции друг друга, тем более, если это их первый личный контакт. Поэтому в начале переговорного процесса не избежать взаимного уточнения позиций друг друга. Этап уточнения позиций имеет принципиальное значение, если предметом переговоров является устранение конфликтной ситуации.

Возникающие неясности или непонимание по любым частным вопросам следует уточнять и снимать все разногласия сразу же, не откладывая на потом. Такой стиль поведения в самом начале переговоров нередко позволяет достигнуть большей процедурной гибкости, лояльности участников переговоров в принятии взаимных альтернативных предложений, изменения или корректировки первоначально выбранной позиции. Следует помнить, что «дорога роза, а не горшок»: не нужно сожалеть о своих предварительных соображениях и ожиданиях, следует корректировать их в ходе переговоров и достигать возможного приемлемого соглашения.

На этапе определения «зоны решения» очень важно добиться общего языка, уточнения «стартовых позиций», включая и принимаемую обеими сторонами оценочную аргументацию действий сторон, приведших к конфликту.

Тема 14. Психологические способы воздействия в процессе делового общения

Переговорщик как профессия. Основные качества переговорщика. Приемы эффективных деловых коммуникаций. Правила кооперации Г. Грайса. Барьеры в коммуникации. Основные принципы деловой коммуникации. Правила переговоров о времени и точности. Управление климатом общения. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях конфликта. Прием «возвратного довода». Постановка вопросов. Работа с возражениями партнера. Значение вербальной и невербальной информации в процессе межличностных коммуникаций. Типичные ошибки в межличностном общении на переговорах.

Речевое общение во время переговоров обладает общими свойствами, характеризующими совместную деятельность. Можно выделить основополагающие правила общения для всех функциональных разновидностей деловых контактов. Одни из них предложены Г.П. Грайсом и названы им Правилами кооперации. Он выделяет четыре категории постулатов:

I. Количество. 1. Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога). 2. Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется. «Второй постулат, – замечает Г.П. Грайс, – вызывает сомнения: можно сказать, что передача лишней информации – это не нарушение Принципа кооперации, а просто пустая трата времени. На это можно возразить, однако, что такая лишняя информация иногда вводит в заблуждение, вызывая не относящиеся к делу вопросы и соображения; кроме того, может возникнуть косвенный

эффект, когда слушающий оказывается сбит с толку из-за того, что он предположил наличие какой-то особой цели, особого смысла в передаче этой лишней информации».

II. Качество. 1. Не говори того, что бы считалось ложным. 2. Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

III. Отношения. Не отклоняйся от темы.

IV. Способ. 1. Избегай непонятных выражений. 2. Избегай неоднозначности. 3. Будь краток (избегай ненужного многословия). 4. Будь организован.

Ценность постулатов Г.П. Грайса для культуры общения состоит в том, что они ориентированы на связь культуры мышления с культурой речи.

Большую популярность в свое время имели рекомендации по эффективности общения Д. Карнеги, основанные на учете тонких психологических особенностей говорящего и слушающего (адресата и адресанта).

Вот некоторые из этих правил, соблюдение которых позволяет склонить людей к вашей точке зрения:

- единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него;
- проявляйте уважение к мнению вашего собеседника;
- никогда не говорите человеку, что он не прав;
- если вы не правы, признайте это быстро и решительно;
- с самого начала придерживайтесь дружелюбного тона;
- заставьте собеседника сразу же ответить вам "да";
- пусть большую часть времени говорит ваш собеседник;
- пусть ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему;
- искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения вашего собеседника;
- относитесь сочувственно к мыслям и желаниям других;
- взывайте к более благородным мотивам;
- драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно;
- бросайте вызов, задевайте за живое.

А вот некоторые правила, соблюдение которых позволяет воздействовать на людей, не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды:

- начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника;
- указывайте на ошибки других не прямо, а косвенно;
- сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника;
- задавайте собеседнику вопросы, вместо того, чтобы ему что-то приказывать;
- давайте людям возможность спасти свой престиж;
- выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте каждый их успех.

В основе этих рекомендаций лежит не только опыт, вычитанный автором из биографий известных людей, но и научно-обоснованные правила речевой коммуникации. Главное их достоинство состоит в том, что они ориентируют

каждого человека искать свой путь реального осуществления этих правил делового общения на практике.

Тема 15. Техника публичного выступления

«Яркое, запоминающееся, информативное» выступление, так говорят о нем слушатели, если вы были «на высоте», «надежное средство для достижения целей и лучший способ привлечь внимание людей» – считают профессионалы. А еще, многие из нас знают, что у публичного выступления бывают нежелательные попутчики «страх сцены» и «стресс». Как запрограммировать публичное выступление на успех?

Первый этап. Подготовка публичного выступления.

Шаг 1.

Определяем, какой тип выступления для вас важен и какой конечный результат, в соответствии с ним, вы хотите получить: передать информацию, поддержать дискуссию или вызвать ответную реакцию?

Существуют три основных типа публичного выступления:

- «Я хочу вам рассказать...» – выступление для передачи информации. Вы ведете лекцию, семинар, тренинг или просто информируете слушателей о чем-то новом и интересном.
- «Я хочу узнать ваше мнение...» – выступление для поддержания дискуссии. Вы интересуетесь мнением слушателей и высказываете собственное мнение.
- «Я хочу, чтобы вы сделали...» – выступление для вызова ответной эмоциональной реакции и побуждения аудитории к совершению определенного действия. Предположим, Вы шутите и вызываете смех в аудитории, или убеждаете сотрудников перейти на новые методы работы.

Бывают ситуации, когда нужно использовать несколько типов публичного выступления, однако важно помнить, что один из них должен быть ключевым.

Шаг 2.

Формулируем главную цель публичного выступления.

Это очень важный шаг. Задайте себе вопросы:

- Чего я хочу добиться? Для чего я провожу это выступление? По каким критериям я пойму, что выступление прошло успешно?

Ответы на эти вопросы должны быть очень четкими, конкретными и нести в себе позитивный заряд.

Шаг 3.

Понять, кто передо мной.

Анализ аудитории необходим, поскольку вам нужно совместить ваши намерения с потребностями и ожиданиями ваших слушателей. Вне зависимости от того, собираете ли вы аудиторию сами или у вас есть организаторы (или заказчики), вам необходимо получить ответы на вопросы.

- Кто будет присутствовать на вашем публичном выступлении?

Можно составить табличку с графами: «фамилия, имя, отчество», «профессия», «должность», «возраст», «пол», «отношение к теме выступления», «знание предмета выступления» и т.д.

- Чье присутствие важно вам для достижения цели?
- Какова численность предполагаемой аудитории?
- О чем было сказано в приглашении?
- Чего ждут от выступления люди?
- Чего хотят и чего ждут от вас организаторы (заказчики)?

И вопрос-резюме: насколько ответы на эти вопросы сочетаются с поставленной вами целью?

Понимание состава, потребностей и настроения слушателей перед началом публичного выступления, поможет вам выбрать правильный подход, содержание и структуру публичного выступления.

Шаг 4.

Работаем с текстом.

Любое выступление должно содержать начало, основную часть и окончание.

Структура начала публичного выступления:

- Поздоровайтесь.
- Представьтесь.
- Обозначьте, сколько времени займет ваше выступление.
- Сообщите главную цель и предысторию вашего выступления.
- Привлеките внимание слушателей: что им даст выступление, о чем они узнают, чему научатся и т.п.
- Расскажите о плане вашего выступления.
- Поясните правила поведения в ходе выступления (попросите отключить мобильные телефоны, определите, когда можно задавать вопросы и т.п.).

Структура основной части публичного выступления, по мнению Брайана Ломаса, известного английского лектора и бизнес-консультанта, может быть выстроена в виде одной из пяти форм.

Последовательная форма.

Вы переходите от одного значимого пункта основной части к другому, соблюдая хронологию событий.

Повествовательная форма.

Вы начинаете с метафоры (истории, притчи, пословицы) и обсуждаете мораль и выводы, следующие из нее, а далее связываете ее с темой вашего публичного выступления и переходите к ее детальному раскрытию.

Аналитическая форма.

Первый вариант: рассмотреть одну и ту же ситуацию, предмет с различных точек зрения, сравнить их, сделать выводы.

Второй: по шагам изложить весь процесс анализа ситуации (алгоритм), от начала до финального результата.

Логическая форма.

Используя ее, выступающий высказывает серию утверждений, с каждым из которых слушатели должны согласиться.

Описательная форма.

Используется, когда материал сложно укладывается в какую-либо очевидную последовательность. Например, вы рисуете словами некий образ (человека, события, места), и стремитесь сделать так, чтобы его представили и ваши слушатели.

Структура окончания публичного выступления:

- Подвести итоги, сделать выводы.
- Напомнить аудитории основные моменты выступления.
- Сказать о том, где можно почерпнуть дополнительную информацию по этой теме.
- Дать возможность людям задать самые важные вопросы по теме выступления.
- По окончании ответов на вопросы напомнить цель вашего выступления и сказать, что она достигнута.
- Поделиться со слушателями своими ожиданиями: чего вы ждете от них в результате выступления.
- Поблагодарить всех за внимание и активность в ходе выступления.
- «Необходимо всегда заканчивать свое выступление каким-либо в высшей степени позитивным утверждением, чтобы превзойти ожидания аудитории, и вместе с тем заставить ее желать продолжения презентации» – считает Брайан Ломас.

Второй этап. Подготовка докладчика.

Шаг первый.

Работаем с речью. 12 критериев эффективной речи.

Устная часть публичного выступления – самая важная, ведь случайным, неказистым словом можно испортить все впечатление. И поэтому эту часть надо готовить особенно серьезно.

Большинство экспертов считают, что речь докладчика должна соответствовать двенадцати критериям.

- Речь должна быть понятна целевой аудитории.
- Сила голоса, темп выступления, стиль языка всегда зависят от целевой аудитории. А значит, чем больше вы выступаете перед различными людьми, тем быстрее вам надо перестраиваться.
- Выполните задание на развитие гибкости и творчества: во время подготовки речи представьте, что вы выступаете перед придворными некоего короля, а после – перед инопланетянами, впервые ступившими на землю.
- Отметьте отличия и сходства в ваших речевых оборотах и в манере изложения, а после – возвращайтесь к отработке речи для вашей реальной аудитории.
- Тон речи должен быть позитивным.
- Говорите бодро, энергично, с искренним желанием поделиться с аудиторией своими идеями и услышать мнение слушателей.

- Речь должна быть лаконичной.
- Предложения – короткими. После того, как вы напишете свой доклад – сократите его. Вначале сокращайте на уровне предложений, потом – на уровне слов. Ольга Азарова, специалист в сфере бизнес-презентации, рекомендует использовать известную многим выдающимся ораторам формулу «KISS = Keep It Short and Simple!» «Держи – это коротко и просто!».
- Речь должна быть запоминающейся, образной.
- В речи должны присутствовать образы, примеры, привлекающие внимание людей и служащие им ориентиром. Свяжите с предметом вашего публичного выступления несколько ярких, позитивно окрашенных слов и выражений и используйте их. (Уникальный, единственный в своем роде, отражающий передовые достижения науки и т.п.)
- Подчеркивайте достоинства ваших идей через сравнения и аналогии.
- Пример: «...по сравнению с уже существующими подходами, наш подход к решению этого вопроса имеет ряд важнейших преимуществ...».
- Используйте числа как аргументы.
- Это нужно для того, чтобы аудитория «завязывала узелки на память», иначе говоря, связывала в своем сознании важные факты с цифрами и таким образом, лучше запоминала существенные моменты вашего публичного выступления.
- Например: «...я предложу вам три способа решения данной задачи».
- Используйте активную манеру изложения, приводящую аудиторию к однозначным выводам.
- Если вы выступаете перед людьми – вы, по определению, лидер, пусть и на пятнадцать минут, а значит ваша речь должна быть активной, сильной, то есть такой, в которой используется активный залог («Я могу точно сказать, что...», «Я хочу особо подчеркнуть, что...», «Я гарантирую вам, что...» и т.п.).
- Глаголы вместо существительных.
- Используйте глаголы, если хотите побудить слушателей к действию: подумайте, сформулируйте, предложите, представьте, вообразите, посмотрите, проанализируйте, сравните, сделайте...
- Только позитивные слова и формулировки.
- Следует избегать употребления слов, вызывающих пассивность, неприятные переживания или негативные ассоциации: покидать, оставлять, спать, дно, ничтожный, дурацкий...
- Слова, которые следует использовать: удобно, приятно, гармонично...
- Избегайте фраз типа: «Это сделано совсем не так плохо». Скажите: «Это сделано хорошо».
- Если нужно критиковать – предлагайте действия!

- Предложение действия работает много лучше, чем критика, так как указывает на решение задачи. «Чтобы улучшить качество, мы предлагаем...»
- Используйте вопрос «почему?», заставляйте аудиторию думать вместе с вами! Задавайте этот вопрос, если вы хотите подвести слушателей к оригинальной идее, нестандартному решению или выводу. «Как вы думаете, почему это должно выглядеть именно так?». И далее отвечайте сами на свой же вопрос, а также дайте возможность ответить самым активным участникам. После – резюмируйте, обратив внимание на сходства во взглядах. И при этом говорите «мы». «Таким образом, мы убедились...».
- Обходитесь без жаргона!

Шаг 2.

Осваиваем методы саморегуляции.

«Правильное дыхание».

Многие знают, дыхание – индикатор стресса. Поэтому в ходе публичного выступления постоянно следите за своим дыханием! Как правило, если мы находимся в стрессе – мы не замечаем, как мы дышим. А между тем, наше дыхание в такие моменты может быть двух видов: либо поверхностное и частое, либо редкое, с большими интервалами между вдохом и выдохом.

Минусы таких вариантов очевидны – в организм не попадает нужное количество кислорода и из него не выходит углекислый газ, а значит, стрессовое состояние усугубляется. Итак, если вы заметили, что с вашим дыханием что-то не так – выдохните! Используйте для этого паузу в речи. Немного наклоните голову вперед. Пусть ваш выдох будет как можно более долгим и плавным. Критерий хорошего выдоха один: вам автоматически, естественно хочется вдохнуть.

И пусть вдох также будет плавным и глубоким, соизмеримым с выдохом.

«Работа с телом».

Тело реагирует на стресс мышечными зажимами. Голова уходит в плечи, искажается осанка, становятся скованными движения.

Хороший способ противодействовать этому – представить себя в виде куклы, подвешенной за макушку на невидимой нити. Вы можете добиться ощущения, что у вас снижается физическая нагрузка на тело и выпрямляется позвоночник. А значит легче поддерживать хорошую осанку и плавность движений.

«Работа с воображением».

Если аудитория для вас - источник стресса (например, если ваши слушатели чрезмерно критичны и недоброжелательно настроены), используйте несколько радикальных и быстрых приемов.

Прием первый. Представьте своих слушателей... голыми.

Прием второй. В те моменты, когда вы естественным образом моргаете, представляйте, что у вас на верхних веках написано – ярко и крупно – «Ну и что?».

Прием третий. Представляйте, что в аудитории находятся ваши сторонники – родственники, друзья, приятели, сотрудники, доброжелательно к вам относящиеся и поддерживающие вас.

Прием четвертый. Представьте, что ваше нынешнее публичное выступление всего лишь репетиция, и вы выступаете перед пустым залом.

Эти приемы помогут вам снизить критичность к себе, а значит, и общий стресс от публичного выступления вы проживете значительно легче.

Выступление окончено – что дальше?

Шаг 1.

Поздравьте себя с тем, что вы сделали это.

Возможно, отметьте свой успех по-особому: поощрите себя, например, ужином в ресторане или приятной покупкой.

Шаг 2.

Проанализируйте проведенное публичное выступление.

Желательно это делать по «горячим следам» – в течение суток по окончании выступления. Воспользуйтесь техникой визуализации и в спокойной обстановке, сядьте поудобнее, прикройте глаза и представьте, что вы смотрите запись вашего публичного выступления. Просмотрите его от начала до конца, с остановками и с «перемоткой» обратно, если это необходимо, и по окончании этого воображаемого просмотра ответьте на ряд вопросов.

Как прошло выступление? Как вас приняли слушатели? Как выступление понравилось вам, вашему руководству? Что работало на положительный результат выступления, что ему мешало? Какие моменты были самыми значимыми в вашем публичном выступлении? Что в следующий раз вы сделаете по-другому, а что оставите без изменений?

Обязательно запишите ответы на эти вопросы, отложите записи и вернитесь к ним через неделю – посмотрите: также вы воспринимаете свою работу по прошествии времени или по-другому и почему?

Тема 16. Социально-психологические аспекты межкультурной коммуникации

Развитие экономики современного государства, характеризуется возросшими техническими и технологическими возможностями промышленного производства. Управленческие технологии, берущие свое начало во ВНУТРЕННЕЙ КУЛЬТУРЕ и истории страны, могут быть использованы в развитии российского предпринимательства.

По данным ООН сегодня свыше 50% мирового ВВП производится на совместных предприятиях (СП) и эта цифра в последние годы неуклонно возрастает. Если учесть, что за этим стоит работа МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМАНД, где вместе трудятся представители разных народов, религий, мировоззрений, цвета кожи, культур, то станет понятной актуальность проблем межкультурной коммуникации. В деловых кругах уже утвердилась мысль о том,

что специалисты в сфере бизнеса и предпринимательства должны обладать высокой коммуникативной компетенцией в области профессионального общения.

Секреты успеха

Вопрос о том, как построить эффективные и взаимовыгодные отношения между деловыми партнерами разных стран, как понять друг друга, не сделав при этом роковых ошибок, на что необходимо обратить внимание при подготовке и проведении встреч, переговоров, становится не только рентабельным, но и вопросом, от которого зависит благополучие предпринимателя, отрасли и в целом, всей страны.

Главная мысль автора состоит в том, что коммуникативно-речевая компетенция специалиста выступает в качестве одного из основных критериев его профессионализма. В области предпринимательской коммуникации верность данного тезиса наиболее очевидна, ибо безупречное владение словом как инструментом профессиональной деятельности во многом определяет успешность последней.

В этой связи, более чем актуальным становится проблема влияния языка, культуры и мышления данного народа на процесс делового партнерства, а также последствий, к которым может привести непонимание и пренебрежительное отношение представителей одной культуры по отношению к другой.

Культуру можно определить как образ жизни, передаваемый от поколения к поколению. Рассмотрим данное положение на примере нашей русской культуры.

В структуре любой национальной культуры вычленяется ядро – ценности, которые «окружены», в свою очередь, принципами, а те реализуются в некоторых нормах и правилах.

ЦЕННОСТИ – это социальные, социально-психологические идеи и взгляды, разделяемые народом и наследуемые каждым новым поколением. Это то, что как бы априори оценивается этническим коллективом как нечто «хорошее» и «правильное», является образцом для подражания и воспитания, к чему надо стремиться.

К основным ценностям русского этноса могут быть отнесены такие, как соборность или общинность бытия, историческая терпеливость и оптимизм, доброта и всепрощение, скромность, бескорыстие, второстепенность материального, гостеприимство, любовь к большому пространству и дикой природе и др.

ПРИНЦИПЫ – это конкретные стереотипы мышления и поведения, «общие мнения», представления, убеждения, устойчивые привычки в деятельности, механизмы каузальной атрибуции. Принципы обуславливают понимание действительности определенным, заданным образом – они как бы побуждают людей, принадлежащих к данному этническому коллективу, воспринимать мир определенным образом. Они часто отражены в поговорках, пословицах, «расхожих мнениях», трюизмах: «Яйца курицу не учат»; «Всех денег не заработаешь»; «Будет день – будет пища» и др.

В форме принципов национальная культура как бы определяет для человека, что он должен делать в той или иной типовой ситуации, как он должен воспринимать те или иные события, как строить свои отношения с другими членами общества, что можно делать, а чего нельзя.

Назовем некоторые принципы, которые можно отнести к русской культуре: законы имеют исключения, нужна сильная рука, проблемы должны решаться централизованно, сообща можно решить все проблемы, сложные проблемы могут иметь быстрые и простые решения, на все воля Божья, начальство всесильно, по-хорошему можно обо всем договориться и др.

НОРМЫ И ПРАВИЛА – это конкретные поведенческие рекомендации по реализации определенных принципов. Это фактически некие предписания по поведению, указания по проведению ритуалов. К. Касьянова отмечает: «В развитой культуре очень много норм-правил. Ими охвачены все сферы жизни: и трудовые процессы, и семейные отношения, и досуг, и воспитание детей, ухаживание, рождение ребенка, похороны – все приведено в систему, соотнесено друг с другом... представляет настоящий культурный космос».

Принципы, ценности и нормы-правила относятся к идеальной, ментальной стороне культуры, они представляют национальную культуру в сознании ее носителей, в менталитете народа. Но культура имеет и материальную форму выражения, каковой и являются ритуалы.

РИТУАЛЫ – это материальное воплощение норм и правил в реальной действительности. Эта форма материального существования культуры и единственная наблюдаемая форма культуры. Сравните – ритуал свадьбы и похорон, Пасхи, венчания, ритуалы собрания, торжественной линейки, дня рождения, партийного съезда и др. В наиболее цивилизованных странах обычно много ритуалов (Россия, Япония, Англия, Китай, Германия и др.) и они хорошо исполняются.

В основе наших ритуалов – общение, причем внешняя сторона. Она обязательна. Поэтому, разрушение того или иного ритуала начинается с разрушения его коммуникативной стороны; разрушение ритуалов общения – начало ухода ритуалов, а с ними уходит и разрушается культура. И второе – формирование социально-адекватного общения, культуры общения и поведения должно осуществляться через организацию соответствующих ритуалов. Необходимо «физически» организовать различного рода ритуалы и включать в эти ритуалы взрослых и детей, учащихся с целью «материального» усвоения ими этих ритуалов как форм существования национальной культуры.

Цели, принципы и правила создаются обществом, обсуждаются и изучаются. Но сумма знаний не всегда становится руководством к поведению и общению человека. Различают рефлексивный и бытийный уровни мышления. Ритуалы являют собой формы активного, физического поведения, поэтому, участвуя в коммуникации, ритуал формирует умения и навыки общения и поведения, т.е. бытийный уровень коммуникативного сознания.

Механизм партнерства

Мы обозначили те элементы культуры, которые необходимо изучать нашим партнерам по деловому общению, но как это сделать?

Приведем один небольшой пример. Часто в речи партнеров ошибки возникают не из-за незнания языка, а из-за несовпадения модели поведения в различных ситуациях или отсутствия кросс-культурной грамотности. «Разные языки – разные миры», – замечает Р.Д. Льюис. «...Разные языки – это не различные обозначения одного и того же предмета, а разные видения его...», – подчеркивал немецкий лингвист, основатель Берлинского университета. В этой связи, мы думаем, что существует настоятельная необходимость рассмотреть специфику русской и иной деловой культуры в сравнительном плане, основанном на достижениях культурологии, кросскультурной психологии, этнолингвистики, психоллингвистики и других смежных дисциплин.

Эта цель и обусловила наши задачи, которые кратко можно охарактеризовать как:

- Установление лингвокультурной специфики международного делового общения.
- Определение характеристики России и мира как полиэтнической и поликонфессиональной территории и учет этого в деловом общении с представителями обеих сторон.
- Изучение особенностей речевого и соматического поведения русских и представителей других стран и народов в процессе делового общения.
- Попытка такого исследования в сфере международного делового взаимодействия между Россией и другими странами будет, на наш взгляд, достаточно эффективна, если мы учтем следующее: обучение русскому языку наших партнеров будет строиться на сравнении и учете специфики русской и иной культуры в целом (а также в зависимости от страны), и, в частности, деловой культуры; русский речевой этикет делового общения будет объектом специального изучения и обучения русскому языку всех, кто мечтает работать или работает в российском бизнесе.

Результаты таких исследований с обеих сторон могли бы использоваться на различного рода курсах, семинарах предпринимателей, при обучении на экономических факультетах специалистов.

Здесь нам неоценимую услугу окажут работы российских ученых, в частности, коллеги Милославской С.К., которая предложила рассматривать этот процесс как стремление «организовать мышление в международном контексте, используя сравнительные подходы, реагируя на многосторонние изменения на мировой политической, социальной и культурной аренах».

Применительно к Европейскому образовательному процессу мы работаем в контексте подготовки «Интернационализованной личности».

У нас есть «портрет» такой личности, куда входят следующие параметры:

- умение узнавать различия и иметь с ними дело;

- понимать различия между эмическим и этическим образом мысли, которое представляет собой разницу между восприятием другой культуры изнутри и снаружи;
- способность признавать лакуны в знаниях, которые неизбежны для сознания, воспитанного в рамках одной культуры;
- способность к межкультурной коммуникации;
- способность мыслить в сравнительном аспекте;
- способность изменить самовосприятие;
- способность рассматривать свою страну в кросс-культурном аспекте;
- знание о других культурах, изученных изнутри.

Нетрудно видеть, что в данном перечне владение иностранным языком (языками) предполагается как само собой разумеющееся, а СПОСОБНОСТЬ к МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ – почти как САМОЦЕЛЬ. Не случайно именно способность к межкультурной коммуникации названа среди первых при характеристике целей интернационализации образования по данным опроса, проведенного в некоторых университетах Европы. Из 10 пунктов вопросника примерно половина выявили (явно и неявно) наличие «межкультурных компонентов». Они распределились в такой последовательности:

- подготовка выпускников, обладающих знаниями, обогащенными международным компонентом и навыками межкультурного общения;
- поощрение исследований в области взаимного влияния стран-соседей;
- высокая оценка этнического и культурного разнообразия.

Мы, используя данную методику, также проводили подобные опросы в Государственном институте русского языка имени А.С. Пушкина в последние годы, которые подтвердили вышеуказанные выводы и более того, дали весьма полезный новый материал.

Из проведенных нами опросов можно сделать несколько важных выводов. Во-первых, очевидно, что содержание международного (европейского и отечественного) образования должно обязательно ориентироваться на формирование «международной компетенции» у всех предпринимателей. Нам важно и то, что среди всех опрошенных, доля тех, кто занимается или думает заниматься своим делом и сотрудничать с европейскими партнерами, велика. Во-вторых, эта ориентация, хотя и должна быть связана с преподаванием иностранных языков, но этим не ограничивается. Наконец, в-третьих, установка на формирование «международной компетенции» должна, по-видимому, предполагать определенную культуру предъявления образовательной информации, учитывающую и общечеловеческие и национальные особенности.

Понятия и представления

Проблемы межкультурной коммуникации в международном деловом общении, как мы думаем, должны быть разрешимы преимущественно за счет учета различного, национально-специфического в контактирующих культурах.

Исследования показывают, что эти расхождения велики. Так, коммуникативное поведение иностранцев, прибывающих в нашу страну явно неадекватно русскому менталитету. Это выражается (культурный и коммуникативный шок) в ментальных и вербальных стереотипных реакциях, типа:

- Зачем они... (заставляют гостей говорить тосты и пить, говорят «спасибо», уходя из гостей, так часто жмут руку, долго извиняются, прежде чем обратиться и т.д.);
- Почему они... (так тихо говорят, так медленно отвечают, так много жестикулируют, так близко подходят, все время улыбаются, никогда не улыбаются, много извиняются, не благодарят родственников и друзей за помощь или услугу и т.д.);
- Почему у них... (чтобы спросить, надо стоять в очереди);
- Как странно, что (они в поезде не разговаривают с попутчиками, они спрашивают вас о здоровье через неделю после того, как вы заболели, на вопрос «как дела» всегда говорят «прекрасно» и т.д.);
- Какая наглость (как неприятно!)... (они очень близко подходят, они могут дотронуться до тебя в разговоре, любой может с тобой заговорить, постоянно дают тебе советы, что и как делать, и т.д.);
- Как они не понимают, что... (мы не хотим слушать подробностей их жизни, мы не хотим произносить тосты и т.д.).

И. Эренбург писал в своих воспоминаниях, как его поразило, что знакомый китаец с улыбкой рассказывал о смерти своей жены – «это мое горе, вы не должны огорчаться». В американской культуре нельзя нарушать важнейшее правило коммуникативного поведения – табу на вопрос о размере личных доходов, а японца нельзя попросить о небольшой услуге, например, что-то передать или поднести кому-либо из коллег.

Русские люди, общаясь с китайцами, нередко бывают весьма озадачены, когда китайские друзья на обращенное к ним слово СПАСИБО реагируют весьма странно: «Зачем благодарить – мы же друзья!». У них не принято благодарить близких друзей, а немцы, наоборот, часто удивляются, когда русские говорят спасибо, уходя из гостей. «За что спасибо?» – недоумевают они.

Коммуникативный шок возможен и в сфере невербального коммуникативного поведения, и в сфере социального символизма народа. Мы остановились на этих примерах подробно потому, что культурный и коммуникативный шок приводит к неприятным последствиям и негативно сказывается на общении и может привести к взаимным недоумениям и даже конфликту. Более того, он может привести к формированию представления о том или ином народе как НЕКУЛЬТУРНОМ (близко подходят, много говорят, дотрагиваются при разговоре, вмешиваются в твои дела, задают слишком

личные вопросы и т.д.), непонятном в своем поведении, когда неясны мотивы тех или иных действий (за что говорить спасибо, уходя из гостей, почему не надо говорить спасибо друзьям), а нередко способствуют формированию чувства национального превосходства и высокомерия в отношении народа с иной, «непонятной» коммуникативной культурой.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семинар 1. Человек в организации

Вопросы для обсуждения:

1. Характеристика личности сотрудника организации.
2. Типология характеров.
3. Типы поведения человека в организации.
4. Психологический профиль работника.
5. Природа человеческих способностей.
6. Развитие способностей.

Основная литература:

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Изд-во Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М.: Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
4. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.
5. Лупьян П.А. Барьеры общения, конфликты, стресс. – Ростов-на-Дону, 1991.
6. Майерс Д. Социальная психология. – СПб, 1997.

Семинар 2. Эмоциональная сфера человека

и ее роль в деловом общении

Вопросы для обсуждения:

1. Виды и роль эмоций в жизни человека.
2. Отличие эмоций от ощущений и чувств.
3. Эмоции и личность.
4. Стрессфакторы и антистрессоры.
5. Оценка и значение уровня притязаний личности (мотивация профессионально-деловых достижений).

Выполнение заданий №1, №2 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений. – СПб: Форум, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Изд-во Рипол Классик, 2008.

3. Козлова А.А., Козлов В.В. Конфликт: Участвовать или создавать... – М.: Эксмо, 2009.
4. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
5. Чернышова Л.И. Деловое общение. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

Дополнительная литература:

1. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
2. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
4. Рытченко Т.А., Татаркова Н.В. Психология межличностных отношений. Учебное пособие. – М.: МЭСИ, 1998.
5. Социальная психология и этика делового общения. Учебное пособие. Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1998.

**Семинар 3. Значение и применение
различных психодиагностических методов
в определении различных личностных свойств человека**

Вопросы для обсуждения:

1. Изучение субъекта профессиональной деятельности.
2. Вербальные адаптированные опросники.
3. Индивидуальное психодиагностическое обследование с целью получения информации о типологии стилей делового поведения.
4. Составление индивидуальной психологической характеристики, прогноз развития деловой успешности человека.

Выполнение заданий №3 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Изд-во Рипол Классик, 2008.
2. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
3. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
4. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
5. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: СмартБук, 2008.

Дополнительная литература:

1. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
3. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
4. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
5. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.

Семинар 4. Общение и его функции

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие общения.
2. Деловое и личностное общение.
3. Средства коммуникации.
4. Внутренняя структура общения.
5. Важнейшие функции общения.
6. Уровни общения.

Выполнение заданий №4 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
2. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
3. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
5. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.

Семинар 5. Средства общения.

Пространственно-временная организация общения

Вопросы для обсуждения:

1. Невербальные средства общения.
2. Кинетика.
3. Пространственно-временная организация общения.

Выполнение заданий №5, №6, №7 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений. – СПб: Форум, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
4. Квитшау А., Таберниг Х. 100 важнейших правил бизнес-этикета. – М.: СмартБук, 2009.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М., Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
4. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
6. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.

Семинар 6. Виды общения

Вопросы для обсуждения:

1. Диалогическое и монологическое общение.
2. Виды монологического общения.
3. Императивное общение.
4. Манипуляция.
5. Диалог.
6. Обратная связь в межличностном общении.

Выполнение заданий №8 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
5. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.

Семинар 7. Перцептивная сторона общения

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие социальной перцепции как восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов.
2. Каузальная атрибуция.
3. Самопрезентация.
4. Аттракция как явление взаимного притяжения.
5. Эмпатия и рефлексия.

Выполнение заданий №9 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений. – СПб: Форум, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Изд-во Рипол Классик, 2008.
3. Козлова А.А. Козлов В.В. Конфликт: Участвовать или создавать.... – М.: Эксмо, 2009.
4. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
5. Чернышова Л.И. Деловое общение. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М.: Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
4. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.
5. Лупьян П.А. Барьеры общения, конфликты, стресс. – Ростов-на-Дону, 1991.
6. Майерс Д. Социальная психология. – СПб, 1997.

Семинар 8. Общение как коммуникации

Вопросы для обсуждения:

1. Основные элементы коммуникации.
2. Коммуникативные позиции.
3. Обратная связь.
4. Функции обратной связи.
5. Психологические коммуникационные барьеры.
6. «Фильтр доверия» и процесс фасцинации.

Выполнение заданий №10, №11 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
2. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
3. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.

4. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
5. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: СмартБук, 2008.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М., Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
4. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
6. Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.

Семинар 9. Общение как взаимодействие

Вопросы для обсуждения:

1. Кооперация и конкуренция как типы делового взаимодействия.
2. Понятие социальной ситуации.
3. Социальная роль
4. Ролевая структура группы.
5. Автономная личность.

Выполнение заданий №12, №13 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
2. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
3. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
2. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
4. Рытченко Т.А., Татаркова Н.В. Психология межличностных отношений. Учебное пособие. – М.: МЭСИ, 1998.
5. Социальная психология и этика делового общения. Учебное пособие под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1998.

Семинар 10. Межличностные отношения в группе.

Ролевая структура совместной деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Межличностные отношения в группах и коллективах.
2. Динамика развития группы
3. Лидерство и руководство в малых группах и коллективах.
4. Стили лидерства.
5. Ролевая структура.
6. Понятие о социометрии.
7. Межличностная совместимость

Выполнение заданий №14 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
2. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
3. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
2. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.
3. Лупьян П.А. Барьеры общения, конфликты, стресс. – Ростов-на-Дону, 1991.
4. Майерс Д. Социальная психология. – СПб, 1997.
5. Практическая психология для менеджеров. – М.: Филинь, 1996.
6. Рытченко Т.А., Татаркова Н.В. Психология межличностных отношений. Учебное пособие. – М.: МЭСИ, 1998.

Семинар 11. Деловое общение

Вопросы для обсуждения:

1. Формы делового общения и их характеристики
2. Деловые собрания и совещания
3. Деловые переговоры
4. Техники слушания.

Выполнение заданий №15, №16, №17 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений. – СПб: Форум, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.

4. Квитшау А. Таберниг Х. 100 важнейших правил бизнес-этикета. – М.: СмартБук, 2009.

Дополнительная литература:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
3. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.
4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
5. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.

Семинар 12. Конфликт. Виды, причины, способы разрешения

Вопросы для обсуждения:

1. Конфликтная ситуация и конфликт.
2. Психологические и нравственные последствия конфликтов.
3. Деструктивная и конструктивная роль конфликтов.
4. Способы разрешения конфликта.
5. Профилактика конфликта.
6. Деловая дискуссия, полемика, спор и их психологические особенности.

Выполнение заданий №18, №19, №20 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
3. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
4. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
5. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М, 2004.

**Семинар 13. Организация взаимодействия в процессе делового общения.
Стратегия и тактика делового общения.**

Вопросы для обсуждения:

1. Различные уровни коммуникации (общения).
2. Стратегия делового общения
3. Правила эффективного общения.
4. Практика общения.
5. Тактический план деловой беседы.
6. Деловое совещание.

Выполнение заданий №21 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
2. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
3. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
4. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
5. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: СмартБук, 2008.

Дополнительная литература:

1. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
2. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.
3. Лупьян П.А. Барьеры общения, конфликты, стресс. – Ростов-на-Дону, 1991.
4. Майерс Д. Социальная психология. – СПб, 1997.
5. Практическая психология для менеджеров. – М.: Филинь, 1996.
6. Рытченко Т.А., Татаркова Н.В. Психология межличностных отношений. Учебное пособие. – М.: МЭСИ, 1998.

**Семинар 14. Психологические способы воздействия
в процессе делового общения.**

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические ошибки, снижающие эффективность делового общения и пути их преодоления.
2. Использование деловых игр в практике коммуникативной подготовки специалистов и руководителей.
3. Межличностные отношения – трансакты.
4. Основные понятия и тренинг навыков трансактного анализа.
5. Преодоление коммуникативных барьеров.

Выполнение заданий №22, №23, №24 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
2. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
3. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
4. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
5. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: Смарт Бук, 2008.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М.: Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
4. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
6. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.

Семинар15. Техника публичного выступления

Вопросы для обсуждения:

1. Публичное выступление как неотъемлемый процесс в практике делового общения.
2. Подготовка и мастерство публичного выступления.
3. Техника речи.
4. Учет психологии аудитории.
5. Обратная связь.

Выполнение заданий №25 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.
2. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
3. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
4. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
5. Скаженик Е.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Дополнительная литература:

1. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д., Агрессия. – СПб, 1998.
3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.

4. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
5. Кузьмина Е.С., Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.

**Семинар 16. Социально-психологические аспекты
межкультурной коммуникации
Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие менталитета.
2. Цивилизационный менталитет Запада и Востока.
3. Национальные особенности и этика делового общения.
4. Национальные модели делового общения.

Выполнение заданий №26 из раздела «Самостоятельная работа студентов».

Основная литература:

1. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
2. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
3. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
4. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
5. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: СмартБук, 2008.

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Я вас слушаю – М.: Экономика, 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
3. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
4. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
6. Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
7. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

ДОКЛАД

Методические указания

Доклад – это аналитическая работа по одному из актуальных вопросов экономики труда или управления персоналом.

В переводе с латинского означает «пусть он доложит». Поэтому по сути – это обобщенное изложение идей (концепций, точек зрения) на основе самостоятельного анализа различных (рекомендованных) источников и предложение авторских (оригинальных) выводов.

Чтобы изложить свое собственное твердое мнение по определенной проблеме, требуется, во-первых, хорошо знать материал, а во-вторых, быть готовым умело передать его содержание, сделать логичные выводы.

Доклад может быть подготовлен по заданной теме на основе двух-трех источников. В других случаях требуется работа с большим количеством книг, статей, справочной литературы. В реферате должны присутствовать характерные поисковые признаки:

- раскрытие содержания основных концепций;
- цитирование мнений некоторых специалистов по данной проблеме;
- текстовые дополнения в постраничных сносках или оформление специального словаря в приложении и т.п.

Темы докладов

1. Предмет психологии делового общения, основная проблематика психологии.
2. Значение общения для развития общества и человека. Общение как взаимодействие. Виды взаимодействия.
3. Принцип единства общения и деятельности.
4. Общение как один из видов деятельности.
5. Общение и деятельность как две стороны жизнедеятельности. Типология общения.
6. Специфика социально-ориентированного общения.
7. Личностно-ориентированное общения.
8. Роль невербальных средств общения на различных этапах (фазах) общения.
9. Проксемика и ее роль в межличностном воздействии.
10. Понятие социальной перцепции, историческое изменение этого понятия.
11. Психолого-философские основы познания людьми друг друга.
12. Механизмы познания человека человеком.
13. Соотношение понятий «общение», «взаимодействие» и «коммуникация».
14. Стратегия контактного взаимодействия.
15. Специфика взаимодействия в конфликте.

ЗАДАНИЯ

Задание 1.

Как считают специалисты, вибрации, возникающие при активном произнесении (пении) звука «О», способствуют массажу сердца. А звук «И» снимает невроз, уменьшает чувство страха. Проверьте это на собственном опыте – в том случае, когда у вас ноет сердце или же вы испытываете чувство страха.

Задание 2.

Сначала потренируйтесь все одновременно на своем месте, а затем каждый выходит и с помощью соответствующей мимики демонстрирует различные эмоции: злорада, презрение, любопытство, доброжелательность, удивление, скука, грусть, усталость, страдание, наслаждение и т.д. Выберите «чемпиона» группы.

Задание 3.

Разные чувства (по вашему выбору) продемонстрируйте группе с помощью мимики и жестов. Сумеют ли ваши товарищи угадать, что вы изображали?

Задание 4.

Напишите каждое слово в именительном падеже множественного числа: *инженер, бухгалтер, лифтер, кондитер, доцент, редактор, конструктор, кондуктор, шофер, ректор, лектор, инспектор, профессор.*

Определите правильную постановку ударения в словах: *агент, алкоголь, асбест, афера, баловник, блокировать, вероисповедание, вечера, газированный, гастрономия, гравировать, диспансер, досуг, жалюзи, знамение, изобретение, истекий, квартал, красивее, мелисса, намерение, недуг, ободрить, опека, оптовый, партер, пуловер, свекла, сливовый, созыв, средства, углубить, ходатайство.*

Задание 5. «Имидж».

Продемонстрируйте вялую, сутулую походку или бодрую подтянутую, спортивную.

Задание 6.

Выберите наугад любую букву. В течение пяти минут сочините рассказ, все слова которого начинаются с этой буквы.

Задание 7. «Мой цвет».

Расскажите без предварительной подготовки участникам практикума о том, как вы чувствуете различные цвета, какие предпочитаете и почему?

Задание 8. «Импровизация с цветом».

Вспомните свой любимый цвет. В течение одной-двух минут составьте текст, убеждающий присутствующих, что этот цвет – лучший в мире!

Задание 9. «Их цвет».

Обратите внимание, какие цвета предпочитают хорошо знакомые вам люди. Как вы считаете, идут они им и не стоит ли сменить эти цвета на другие? Что бы вы могли посоветовать присутствующим (но не в форме критики, а в форме комплимента или пожелания), чтобы улучшить свой стиль и почему?

Задание 10. «Выкиньте свои проблемы». Ролевая игра.

Большинство людей постоянно сталкиваются с различными проблемами производственного или личного характера. Вам предлагается решить проблемы сегодня.

Каждый участник формулирует такие проблемы и записывает свои проблемы на листке бумаги. Затем все комкают листки и выкидывают их в корзину. После того, как все бумажки собраны, образуйте группы из двух человек. По одному человеку из группы вынимают записки из корзины. Так у каждой группы появляется «вытянутая» проблема, группе дается 3-5 минут, чтобы записать и обсудить возможные ее решения.

Затем каждая группа излагает свою проблему и оглашает решения. Остальные участники игры могут сделать добавления по поводу новых предложений.

Задание 11. «Самозащита»

Представьте себя в эластичном, светлом коконе, который позволяет вам видеть и слышать все, что происходит вокруг, но не пропускает к вам негативные эмоции окружающих.

Представьте себе, что вас и вашего «врага» разделяет толстая стеклянная стена, которая, позволяя видеть и слышать, не пропускает к вам негативные биотоки.

Используйте такую методику в реальной ситуации самозащиты.

Задание 12. «Выборы».

Перед вами несколько персонажей: весельчак, «франт», неуверенный в себе, грубиян, интеллигент, бизнес-леди, молодая мама. Представьте себе, что каждый из этих персонажей в течение минуты проходит мимо вас, направляясь к остановке. Вы стоите и сдельно работаете: собираете подписи в пользу «вашего» кандидата, получая за каждую подпись соответствующую плату. Произнесите только одну фразу (максимум – две), но такую, чтобы человек остановился и подписал ваш лист. Что вы ему скажете? Группа оценивает вашу находчивость и решает, удалось ли вам получить подпись или нет. Тот, кому удастся собрать наибольшее количество подписей, выигрывает.

Задание 13. «Язык без костей». Задание на находчивость и красноречие.

Вам предлагается составить импровизацию – законченный логически фрагмент выступления (не более двух минут), куда органической частью включить предлагаемый материал (один из них).

А. Провал – это возможность начать снова, но более эффективно. Успех – это когда получаешь то, что хочешь. Счастье – это когда то, что ты получаешь, тебе нравится. Я не знаю ключа к успеху, но ключ к провалу заключается в попытке доставить удовольствие всем. (Генри Форд)

Б. Единственные настоящие поэты нашего времени служат в рекламных агентствах. (Тенниси Уильямс)

В. Тише едешь – дальше будешь.

Г. Желающего судьба ведет, а не желающего – тащит.

Д. Если единственный инструмент, которым вы располагаете, – это молоток, то многое вокруг покажется вам гвоздями. (Марк Твен)

Е. Большая удача вызывает много мелких неприятностей (японская пословица).

Ж. Не плыви по течению, не плыви против течения – плыви поперек течения, если хочешь достигнуть противоположного берега (китайская мудрость).

З. В кабинете врача:

– Больной! Вам несказанно повезло! У вас такая редкая и неизлечимая болезнь, от которой умирают девять больных из десяти! Но у меня от этой болезни уже умерли девять пациентов, вы – десятый.

Задание 14. Демонстрация находчивости, парадоксальной логики и красноречия.

Из предложенных тем выберите наугад две и сделайте сообщение на одну-две минуты, логически связав между собой обе, казалось бы, совершенно несовместимые темы:

- Китайское искусство фэн-шуй.
- Бабочка-махаон.
- Протезирование зубов.
- Модный галстук стоимостью 200 долларов.
- Беловежская пуца.
- Проблема разоружения.
- Архитектура Индии.
- Обучение в театральном институте.
- Реклама на телевидении.
- Устаревшее оборудование в текстильной промышленности.
- Старение населения Европы.
- Военная реформа.
- Красивая женщина.
- Индийский трактат о любви.

Задание 15. Моделирование голоса и тона.

Нижеприведенную фразу: **Разве вы не знаете, что этот человек здесь больше не работает?** – прочтите последовательно следующим тоном: *спокойным, злобным, дружеским, язвительным, начальственным*. Потренируйтесь несколько раз, а затем проанализируйте в группе: какие недостатки заметили ваши слушатели, всегда ли голос соответствовал заданному тону?

Задание 16. «Угадайка». Моделирование голоса и тона.

Нижеприведенную фразу **«Не читайте свой доклад с каменным лицом и стоя как истукан»** прочтите пятью разными тоном и голосом (спокойным, дружеским, злобным, язвительным, начальственным). После вашего исполнения слушатели должны угадать, какой голос вы изображали.

Задание 17. «Анекдот».

Интенсивный тренинг на моделирование голоса, тона, развитие мимики и пластики.

Перед вами анекдот, поданный с комментариями.

Приходит грузин с похорон жены. (Сел за стол. Подпер опущенную голову руками, на лице написано отчаяние.)

- *Один, совсем один!* (с надрывом, отчаянием).
- *Один, совсем один...* (слегка встрепенулся, поднял голову, задумался, говорит уже гораздо спокойнее, без надрыва).
- *Один, совсем один?* (заинтересованно, удивленно, встрепенулся, в глазах появляется блеск).
- *Один, совсем один!!!* (проявляет бурный восторг, вскакивает и пляшет лезгинку).

Задание 18 «Минутка». Развитие чувства времени.

Группа садится вокруг стола, оперев локти на стол и закрыв глаза руками. Дается задание: после сигнала преподавателя подождать одну минуту (две минуты) и открыть глаза. Каждый ведет свой отсчет самостоятельно. Побеждает тот, кто угадал самое точное время. Первое время можно вести мысленный счет, но главная задача – научиться чувствовать время без внутреннего счета. Контрольное время можно варьировать – 3, 4, 5 минут и больше.

Задание 19. «Который час?». Управление временем.

Не глядя на часы, скажите, сколько сейчас времени. Потом взгляните на часы и учтите свою погрешность. Повторяйте это упражнение почаще (неплохо даже и ночью, если вы внезапно проснулись и у вас есть часы со светящимся циферблатом). Тренируйтесь постоянно и в результате у вас появится восхитительное чувство почти точного времени, которое иногда может оказаться неожиданно очень полезным.

Задание 20. Умение убеждать.

Обработайте предлагаемый текст для устного сообщения. Ваша задача – уложившись в пять минут, использовать все известные вам средства убеждения, дополнить информацию и подать ваше сообщение так, чтобы: а) оно звучало *нейтрально*, например, как научное сообщение на конференции; б) опровергнуть его, подвергнуть нападкам, всячески *очернить*; в) подать в самом хвалебном тоне, чтобы оно звучало, например, как *реклама* частной практики знакомого психолога.

Счастье и удача обязательно придут.

Психологи отмечают, что успех предопределен как элементами везения, так и определенной логикой и стереотипами поведения, заложенными в нас самих. Делового человека отличает организованность, умение четко вести дела, правильно организовать рабочее место, время и себя, совместить в своем имидже элегантность и деловитость. Необходимо иногда пересматривать свои реальные возможности, ценности, круг общения – это позволит делать планы более реальными, а жизненные горизонты более осязаемыми.

Умейте избавляться от ненужных эмоций: негативные состояния тормозят ваше продвижение вперед. Помните, что возможных решений всегда больше, чем мы думаем. Развивайте в себе уверенность, она передастся другим, что скажется позитивно на состоянии ваших дел. Учитесь умению общаться: слушать, разговаривать, задавать вопросы, отвечать на них.

Усиьте свои возможности, обратившись к языку деловой одежды. Учитесь расслабляться и восстанавливать свои внутренние ресурсы. Залог успеха – в нашем желании расти над собой, в совершенствовании своей внешности и личностных качеств. Успех приходит к тем, кто в него верит. Дорогу осилит идущий...

Задание 21. «Самооборона». Развитие находчивости.

Все члены группы по очереди обвиняют друг друга в чем угодно. Задача «обвиняемого» – дать отпор с помощью приема «инверсии» («с ног на голову» или «белое – черное»). Затем проведите коллективный анализ и отметьте самые удачные выступления.

Задание 22.

Вам предложены следующие темы:

- Детская близорукость.
- Зубная паста «Жемчуг».
- Озоновая дыра.
- Динамика дорожно-транспортных происшествий.
- Разведение страусов в Нигерии.
- Судьба молодых ученых.

Сгруппируйте эти темы, применив прием противопоставления, применив прием подобия.

Задание 23. «Комплимент».

Участникам дается несколько минут на размышление. Задача: придумать по одному комплименту каждому участнику. Комплименты не должны повторяться. Получивший комплимент должен обязательно ответить, какие чувства вызвал у него тот или иной комплимент. Побеждает автор самых лучших комплиментов.

Задание 24.

Напишите и произнесите текст поздравительной речи. Например, на тему «Последнее занятие по деловому общению».

Задание 25.

Придумайте шуточную речь-сенсацию. Необходимо нафантазировать, вообразить, «изобрести» событие, которым вы могли бы поразить, ошарашить слушателей. Проверьте по реакции аудитории, удалось ли вам ее удивить, вызвать улыбку или смех.

Задание 26.

Дополните предложенные правила эффективной коммуникации. (Наличие чувства юмора приветствуется J).

- Если ты прав, будь логичен. Если не прав – постарайся сбить с толку.
- Если сомневаешься, постарайся говорить убедительно.
- Если человек тебя не понимает, это еще не значит, что он глупее тебя.

- Если с тобой во всем соглашаются, проверь – слушают ли тебя.
- Хороший слушатель не только пользуется всеобщей любовью, но со временем и кое-что узнает.
- Все люди ординарны. Неординарны лишь те, кто это знают.
- Благоразумный человек никогда ничего не добивается.

Внимательно прочитайте ситуации, описанные ниже, и выберите тот вариант своих действий в них, которому вы следуете наиболее часто.

Ситуация 1. Вы получили одновременно два срочных задания: от вашего непосредственного и вашего вышестоящего начальника. Времени для согласования сроков выполнения заданий у вас нет, необходимо срочно начать работу.

Выберите предпочтительное решение:

A. В первую очередь начну выполнять задание того, кого больше уважаю.

B. Сначала буду выполнять задание, наиболее важное, на мой взгляд.

C. Сначала выполню задание вышестоящего начальника.

D. Буду выполнять задание своего непосредственного начальника.

Ситуация 2. Между двумя вашими подчиненными возник конфликт, который мешает им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращался к вам с просьбой, чтобы вы разобрались и поддержали его позицию.

Выберите свой вариант поведения в этой ситуации.

A. Я должен пресечь конфликт на работе, а разрешить конфликтные взаимоотношения – это их личное дело.

B. Лучше всего попросить разобраться в конфликте представителей третьей, незаинтересованной стороны.

C. Прежде всего, лично попытаться разобраться в мотивах конфликта и найти приемлемый для обоих способ примирения.

D. Выяснить, кто из членов коллектива служит авторитетом для конфликтующих и попытаться через него воздействовать на этих людей.

Ситуация 3. Когда вам случается общаться с сотрудниками или подчиненными в неформальной обстановке, во время отдыха, к чему вы более склонны?

A. Вести разговор, близкий вам по деловым и профессиональным интересам.

B. Задавать тон беседе, уточнять мнения по спорным вопросам, отстаивать свою точку зрения, стремиться в чем-то убедить другого.

C. Разделять общую тему разговора, не навязывать своего мнения, поддерживать общую точку зрения, стремиться не выделяться своей активностью, а только выслушивать собеседников.

D. Стремиться не говорить о делах и работе, быть посредником в общении, быть непринужденным и внимательным к другим.

Ситуация 4. Подчиненный второй раз не выполнил ваше задание в срок, хотя обещал и давал слово, что подобного случая больше не повторится. Как бы вы поступили?

A. Дождаться выполнения задания, а затем сурово поговорить наедине, предупредив в последний раз.

В. Не дожидаться выполнения задания, поговорить с ним о причинах повторного срыва, добиться выполнения задания, наказать за срыв рублем.

С. Посоветоваться с опытным сотрудником, пользующимся авторитетом в коллективе, как поступить с нарушителем? Если такого сотрудника нет, вынести вопрос о недисциплинированности работника на собрание коллектива.

Ситуация 5. В самый напряженный период завершения важного проекта один из сотрудников вашего коллектива заболел. Каждый из подчиненных занят выполнением своей работы. Работа отсутствующего также должна быть выполнена в срок. Как поступить в этой ситуации?

А. Посмотрю, кто из сотрудников меньше загружен, и распоряжусь: «Вы возьмете эту работу, а вы поможете доделать это».

В. Предложу коллективу: «Давайте вместе подумаем, как выйти из создавшегося положения».

С. Попрошу наиболее активных представителей коллектива высказать свои предложения, предварительно обсудив их с другими, затем приму решения.

Д. Вызову к себе самого опытного и надежного работника и попрошу его выручить коллектив, выполнив работу отсутствующего.

Ситуация 6. У вас создались натянутые отношения с коллегой. Допустим, что причины этого вам не совсем ясны, но нормализовать отношения необходимо, чтобы не страдала работа. Что бы вы предприняли в первую очередь?

А. Открыто вызову коллегу на откровенный разговор, чтобы выяснить истинные причины натянутых взаимоотношений.

В. Прежде всего, попытаюсь разобраться в собственном поведении по отношению к нему.

С. Обращусь к коллеге со словами: «От наших натянутых взаимоотношений страдает дело. Пора договориться, как работать дальше».

Д. Обращусь к другим коллегам, которые в курсе наших взаимоотношений и могут быть посредниками в их нормализации.

Ответы на ситуации

Номер ситуации	Тип ориентации			
	Д	П	С	О
1	В	А	Д	С
2	А	Д	С	В
3	А	Д	В	С
4	А	С	В	Д
5	А	В	Д	С
6	С	Д	В	А

Тест измеряет четыре типа склонностей или ориентаций руководителя на выражение своей личной позиции во взаимоотношениях между людьми.

Если наибольшее количество ответов соответствует варианту Д – при решении различных вопросов и построении взаимоотношений с коллегами и подчиненными вы ориентированы, прежде всего, на интересы дела. Безусловно, это заслуживает одобрения, однако мы советуем вам также обратить внимание на «человеческий фактор», так как этот параметр также оказывает значительное влияние на продуктивность работы людей.

Если преобладает вариант П – вы ориентированы, прежде всего, на психологический климат и взаимоотношения в коллективе. Люди в вашем окружении чувствуют себя достаточно комфортно, но не забываете ли вы при этом об интересах дела?

Если преобладает вариант С – в деловых вопросах вы ориентированы на самого себя. Вы предпочитаете самостоятельно решать все вопросы, брать ответственность на себя, активно влиять на ситуацию. Советуем вам больше обращать внимание на инициативы других людей, давать им возможности проявить себя.

Если преобладает вариант О – больше всего вы ориентированы на официальную субординацию. Вы четко выполняете все требования вышестоящего начальства, и требуете того же от других. Подумайте, не было ли в вашей практике случаев, когда слепое следование официальным нормам приводило к снижению ожидаемых результатов?

КОНТРОЛЬ

Тесты для промежуточной аттестации студентов

- 1. К перцептивной стороне общения относят:**
 - а) основные элементы коммуникации, а именно, отправитель/кодировщик, сообщение, канал, получатель сообщения, восприятие, обратная связь;
 - б) процессы взаимодействия партнеров по общению – кооперацию, конкуренцию и т.д.
 - в) восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов.
- 2. Эффектом ореола называют:**
 - а) тенденцию переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества;
 - б) «моделирование» образа подчиненного на основе его профессиональной принадлежности;
 - в) приписывание другому человеку своих собственных качеств, чувств, мотивов.
- 3. Основной движущей силой развития личности по А. Маслоу являются:**
 - а) стремление к самоактуализации;
 - б) конфликт между «сознательным» и «бессознательным»;
 - в) комплекс неполноценности.
- 4. Императивное общение – это:**
 - а) общение с сотрудниками в ходе выполнения какой-либо работы;
 - б) это воздействие на партнера с целью достижения своих скрытых намерений;
 - в) это авторитарная форма воздействия на партнера с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками.
- 5. Фундаментальная ошибка атрибуции – это:**
 - а) переоценка значения личностных свойств, недооценка значения ситуации;
 - б) переоценка значения ситуации, недооценка значения личностных свойств;
 - в) приписывание окружающим своих мыслей, чувств, мотивов.
- 6. Что такое манипулятивная система общения?**
 - а) система приемов, обеспечивающих эффективное руководство;
 - б) система, обеспечивающая навязывание окружающим своей воли;
 - в) двигательные стереотипы, сопровождающие общение.
- 7. Оптимальной зоной для делового общения с коллегами являются:**
 - а) персональная зона;
 - б) социальная зона;
 - в) публичная зона.
- 8. Для современного российского менталитета характерны:**
 - а) коллективизм, общинность;
 - б) индивидуализм, разобщенность;
 - в) смешанная стратегия «выживания группами».
- 9. Наиболее склонны к общению, активности люди:**
 - а) сангвинического темперамента;

- б) флегматического темперамента;
- в) меланхолического темперамента.

10. Какой тип слушания наиболее актуален в деловых переговорах?

- а) рефлексивное слушание;
- б) нерефлексивное слушание;
- в) эмпатическое слушание.

11. К коммуникативной стороне общения относят:

- а) основные элементы коммуникации, а именно: отправитель/кодировщик, сообщение, канал, получатель сообщения, восприятие, обратная связь;
- б) процессы взаимодействия партнеров по общению – кооперацию, конкуренцию и т.д.
- в) восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов

12. Социальные стереотипы - это:

- а) феномен, мешающий эффективному общению;
- б) феномен, облегчающий межличностное восприятие;
- в) элемент массовой психологии, имеющий как позитивные, так и негативные стороны;

13. Основной движущей силой развития личности по А. Адлеру являются:

- а) стремление к самоактуализации;
- б) конфликт между «сознательным» и «бессознательным»;
- в) комплекс неполноценности;

14. Манипулятивное общение – это:

- а) общение с сотрудниками в ходе выполнения какой-либо работы;
- б) воздействие на партнера с целью достижения своих скрытых намерений;
- в) авторитарная форма воздействия на партнера с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками;

15. Экстернальный тип человека – это:

- а) приписывание человеком ответственности за происходящее с ним ситуации, окружению, обстоятельствам;
- б) общительный, коммуникабельный тип человека;
- в) человек, который склонен приписывать ответственность за происходящее, прежде всего, личности, а не обстоятельствам.

16. Конформное поведение члена группы предполагает:

- а) отказ от самостоятельных взглядов и действий, безоговорочное принятие членами группы существующих порядков;
- б) независимость человека в суждениях, мнениях, чувствах от группового давления;
- в) противопоставление себя группе.

17. Демократический тип лидерства – это:

- а) ориентация на мнение производственной группы, коллектива;
- б) гибкость в решении задач;
- в) принятие единоличных решений.

18. Протестантская этика предполагает:

- а) поощрение трудолюбия, накопления капитала;
- б) негативное отношение к накоплению капитала;

в) предоставляет возможность каждому определять свое отношение к богатству.

19. Пассивное слушание целесообразно:

а) в ситуациях, когда Ваш собеседник дает Вам поручение, разъясняет проблему;

б) в ситуации, когда Вы встречаетесь впервые с большим количеством людей;

в) в ситуации, когда Ваш собеседник взволнован какими-либо событиями, когда его переполняют чувства.

20. Что такое невербальное общение?

а) язык телодвижений (мимика, пантомимика);

б) неформальное, дружеское общение;

в) общение по иерархической вертикали.

21. К интерактивной стороне общения относят:

а) основные элементы коммуникации, а именно: отправитель/кодировщик, сообщение, канал, получатель сообщения, восприятие, обратная связь;

б) процессы взаимодействия партнеров по общению – кооперацию, конкуренцию и т.д.

в) восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов

22. Эффект «ожиданий» или эффект Пигмалиона заключается в том, что:

а) человек получает обычно ту обратную связь, на которую рассчитывает;

б) более красивые люди расцениваются как более приятные в целом;

в) люди склонны делать поспешные выводы о человеке на основе его внешнего облика.

23. Основной движущей силой развития личности по А. Маслоу являются:

а) стремление к самоактуализации;

б) конфликт между «сознательным» и «бессознательным»;

в) комплекс неполноценности.

24. Диалогическое общение:

а) общение, при котором другой человек рассматривается как равноправный собеседник;

б) общение, при котором человек рассматривает собеседника как объект воздействия;

в) внутренний мысленный диалог.

25. Интернальный тип человека – это:

а) приписывание человеком ответственности за происходящее с ним ситуации, окружению, обстоятельствам;

б) общительный, коммуникабельный тип человека;

в) человек, который склонен приписывать ответственность за происходящее, прежде всего, личности, а не обстоятельствам.

26. Автономное поведение члена группы:

а) отказ от самостоятельных взглядов и действий, безоговорочное принятие членами группы существующих порядков;

б) независимость человека в суждениях, мнениях, чувствах от группового давления;

в) противопоставление себя группе.

27. Либеральный (попустительский) тип лидерства – это:

а) ориентация на мнение производственной группы, коллектива;

б) гибкость в решении задач;

в) принятие единоличных решений.

28. Во время деловой беседы делать записи:

а) неприлично;

б) необходимо, так как это помогает не забыть важные детали;

в) не стоит, так как это может привести к пропуску важных элементов беседы.

29. Стереотипы в общении:

а) являются помехой и причиной плохой коммуникации;

б) обеспечивают эффективность деловых коммуникаций;

в) являются необходимым элементом психологической защиты.

30. Наиболее склонны к обостренным переживаниям, повышенной чувствительности и утомляемости люди:

а) сангвинического темперамента;

б) флегматического темперамента;

в) меланхолического темперамента.

31. Наиболее важным фактором формирования социальной группы являются:

а) сильный лидер;

б) совместная трудовая деятельность;

в) символы и эмблемы, обозначающие принадлежность к определенной группе.

32. Эффект проекции – это:

а) тенденция переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все его другие качества;

б) «моделирование» образа подчиненного на основе его профессиональной принадлежности;

в) приписывание другому человеку своих собственных качеств, чувств, мотивов.

33. Темперамент человека – это:

а) совокупность врожденных психофизиологических свойств человека, конституция;

б) энергичность, сила эмоционального реагирования;

в) набор моделей поведения в различных жизненных ситуациях.

34. Монологическое общение – это:

а) общение, при котором человек рассматривает другого как объект воздействия;

б) общение, при котором другой человек рассматривается как равноправный собеседник;

в) общение со своим внутренним «Я».

35. Референтная группа – это:

а) группа, которую человек не приемлет, отрицает, отвергает;

- б) группа, мнение которой безразлично для человека;
- в) группа, к которой человек себя причисляет, образец для подражания.

36. Для современного китайского менталитета характерны:

- а) независимость, индивидуализм, стремление к личным достижениям;
- б) конфуцианство, строгое соблюдение всех ритуалов и норм;
- в) коллективизм, дух дружбы, поддержки.

37. Конформный человек – это:

- а) необщительный, замкнутый человек;
- б) не имеющий своего мнения, несамостоятельный, приспособляющийся;
- в) творческий человек.

38. Что такое состояние фрустрации?

- а) психофизиологическое состояние при возникновении непреодолимых препятствий в деятельности;
- б) состояние большой заинтересованности, высокой мотивированности в результате;
- в) состояние удовлетворенности при получении желаемого результата.

39. Экспертная власть – это:

- а) власть, основанная на владении какой-либо информацией;
- б) власть, основанная на деловом авторитете руководителя;
- в) легитимная власть.

40. Кто автор теории транзактного анализа?

- а) Фрейд;
- б) Юнг;
- в) Берн.

41. Делегирование полномочий подчиненным является:

- а) необходимым и эффективным инструментом опытного руководителя;
- б) признаком слабого и неэффективного руководителя;
- в) метод руководства, к которому руководителю стоит прибегать время от времени.

42. Что такое характер человека?

- а) совокупность убеждений, предпочтений и ценностных ориентаций личности;
- б) совокупность врожденных психофизиологических свойств, обуславливающая специфику поведенческого реагирования в межличностных и социальных отношениях;
- в) совокупность относительно устойчивых приобретенных качеств, проявляющихся в привычных формах поведения.

43. Основной движущей силой развития личности по З. Фрейду являются:

- а) стремление к самоактуализации;
- б) конфликт между «сознательным» и «бессознательным»;
- в) комплекс неполноценности.

44. Социально-ролевое общение – это:

- а) исторически сложившаяся форма предсказуемого упорядоченного символического поведения;

б) это воздействие на партнера с целью достижения своих скрытых намерений;

в) это авторитарная форма воздействия на партнера с целью достижения контроля над его поведением и внутренними установками.

45. Во время деловых переговоров надо стремиться:

а) к полному одностороннему выигрышу;

б) к компромиссу;

в) к взаимному выигрышу всех сторон, участвующих в переговорах.

46. Какой тип слушания наиболее актуален и чаще используется в деловых переговорах?

а) рефлексивное слушание;

б) нерефлексивное слушание;

в) эмпатическое слушание.

47. Какие особенности управленческого поведения характерны для демократического типа руководства?

а) ориентация на мнение производственной группы, коллектива;

б) гибкость в решении задач;

в) принятие единоличных решений.

48. Что такое стресс?

а) реакция организма на воздействия окружающей среды, выполняющая важную адаптивную функцию;

б) физиологическое и психологическое напряжение человека, которое может привести к заболеваниям человека;

в) реакция организма на неожиданное препятствие в ходе выполнения какой-либо деятельности.

49. Чем отличается лидер от руководителя?

а) количеством подчиненных;

б) степенью влияния на производственную деятельность;

в) формальным статусом.

50. Централизованные коммуникационные сети:

а) способствуют лучшему решению простых управленческих задач;

б) способствуют лучшему решению сложных управленческих задач;

в) являются деструктивным, ограничивающим элементом деловых коммуникаций.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие «общение» и трудность его дефиниций.
2. Предмет психологии делового общения, основная проблематика психологии.
3. Потребность в общении - базовая потребность человеческой личности.
4. Значение общения для развития общества и человека. Общение как взаимодействие. Виды взаимодействия.
5. Интегральная модель общения. Проблема содержания и форм общения.
6. Разработка проблем общения в советской психологии (А.Н. Леонтьев, А.А. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, Б.Д. Парыгин, В.Н. Панферов и др.).
7. Критический анализ концепций общения в западной психологической науке (концепции необихевиоризма, неофрейдизма, символического интеракционизма, ролевой теории).
8. Принцип единства общения и деятельности.
9. Общение как один из видов деятельности.
10. Общение и деятельность как две стороны жизнедеятельности.
11. Типология общения.
12. Специфика социально-ориентированного общения.
13. Личностно-ориентированное общение.
14. Важнейшие функции общения.
15. Уровни анализа процесса общения.
16. Структурная модель общения в диаде.
17. Знаки и знаковые системы в коммуникативных процессах.
18. Структура коммуникативного процесса.
19. Речь и речевая деятельность человека.
20. Коммуникативная функция речи и основные модели вербальной коммуникации.
21. Проблема эффективности коммуникативного воздействия.
22. Позиция коммуникатора в условиях коммуникативного воздействия.
23. Типы включения коммуникатора в сознание реципиентов.
24. Влияние характеристик реципиентов на эффективность воздействия.
25. Классификация невербальных средств общения. Системы невербальной коммуникации.
26. Важнейшие функции невербального поведения в структуре общения.
27. Роль невербальных средств общения на различных этапах (фазах) общения.
28. Проксемика и ее роль в межличностном воздействии.
29. Понятие социальной перцепции, историческое изменение этого понятия.
30. Психолого-философские основы познания людьми друг друга.
31. Человек как объект восприятия. Точность межличностного восприятия. Межличностная обратная связь в общении.
32. Характеристика процесса познания людьми друг друга.
33. Внешность человека и особенности ее интерпретации.
34. Общие закономерности формирования понятия о человеке как личности. Атрибутивные процессы в межличностном восприятии.

35. Социально-перцептивные эталоны и стереотипы, их роль в межличностном познании.
36. Эффекты межличностного отражения.
37. Субъективные и объективные трудности познания людьми друг друга.
38. Проблема адекватности межличностного познания человека человеком.
39. Механизмы познания человека человеком.
40. Соотношение понятий «общение», «взаимодействие» и «коммуникация».
41. Общение как взаимодействие. Структура взаимодействия (концепция Т. Парсонса и Я. Щепаньского).
42. Критический анализ классификации типов взаимодействия Р. Бейлса.
43. Стратегия контактного взаимодействия.
44. Специфика взаимодействия в конфликте.
45. Компетентность в общении: коммуникативный, интерактивный и социально-перцептивный аспекты. Понятие коммуникативной компетенции.
46. Пути и способы развития компетентности в общении.
47. Перцептивная сторона общения. Механизмы взаимопонимания. Феномены межличностного восприятия.
48. Коммуникация как обмен информацией в общении. Виды коммуникаций.
49. Вербальная коммуникация. Коммуникативные барьеры.
50. Эмоциональные аспекты межличностного восприятия. Феномены аттракции.

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Баженова Е.В. Деловой этикет. Почему нужно вести себя так, а не иначе. – М.: АСТ, 2009.
2. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Этика деловых отношений. – СПб: Форум, 2009.
3. Бреннен Л. Библия делового этикета. – М.: Рипол Классик, 2008.
4. Капшук О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного. – М.: Феникс, 2008.
5. Квитшау А., Таберниг Х. 100 важнейших правил бизнес-этикета. – М.: СмартБук, 2009.
6. Козлова А.А., Козлов В.В. Конфликт: Участвовать или создавать. – М.: Эксмо, 2009.
7. Мартова Т.В. Этика деловых отношений. – М.: Феникс, 2009.
8. Мясоедов С.П. Управление бизнесом в различных деловых культурах. – М.: Вершина, 2009.
9. Павлова Л.Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2009.
10. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. – М.: Феникс, 2008.
11. Скаженик Е.Н. Деловое общение. Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.
12. Ханиш Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Пер. с нем. Максимовой Н.Н. – Изд. 2-е, испр. – М.: СмартБук, 2008.
13. Чернышова Л.И. Деловое общение. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

Дополнительная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., МГУ, 1988.
2. Атватер И. Я вас слушаю – М., Экономика, 1988.
3. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Пер. с англ. – Лениздат, 1992.
4. Большакова А.Н. Социальная психология для менеджеров. – М., 2004.
5. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1993.
6. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2004.
7. Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб, 1998.
8. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе, выступая публично. – М., 1989.
9. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
10. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения. – М., 2004.
11. Лупьян П.А. Барьеры общения, конфликты, стресс. – Ростов-на-Дону, 1991.
12. Майерс Д. Социальная психология. – СПб, 1997.
13. Е.С.Кузьмина, Семенова В.Е. Методы социальной психологии. – Л.: ЛГУ, 1977.
14. Практическая психология для менеджеров. – М.: Филинь, 1996.

15. Рытченко Т.А., Татаркова Н.В. Психология межличностных отношений. Учебное пособие. – М.: МЭСИ, 1998.
16. Социальная психология и этика делового общения. Учебное пособие. Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1998.
17. Тимофеев М.И. Деловое общение. – М., 2004.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Учебное издание

САВЕЛЬЕВА Татьяна Владимировна

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
для специальности и направления «Реклама»

Корректор *Шамонова А.М.*
Технический редактор, оформление *Александровой М.Н.*

Формат 60*90 ^{1/16}. Бумага газетная. Гарнитура New Roman. Печать офсет.
Усл. печ. л. 6,5. Уч.-изд. л. 5,38. Тираж 1200 экз. Заказ №

Издательство «Юниверсум».
420012, г. Казань, ул. Достоевского, д. 10.
Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных материалов
в типографии ОАО «Щербинская типография».
117623, г. Москва, ул. Типографская, д. 10. Тел. 659-2327