

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ГУБКИНСКИЙ ГОРНО-ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ОГСЭ. 05 «ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ»**

2023 г.

Учебное пособие по дисциплине ОГСЭ. 05 «Психология общения» составлен в соответствии с действующей рабочей программой «Психология общения». В учебном пособии приводятся краткие теоретические сведения по основным вопросам курса, тестовый материал для самодиагностики, вопросы и задания для самопроверки.

Учебно-методическое пособие может использоваться как для аудиторной, так и для самостоятельной работы обучающихся; может быть использовано обучающимися дневной, заочной и вечерней форм обучения, а также лицами, изучающими психологию общения самостоятельно.

При составлении пособия были использованы учебники, учебные пособия и методические рекомендации для среднего профессионального образования.

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией

Протокол № _____ от _____

председатель _____ **Шагаева Т.Н.**

СОГЛАСОВАНО

методист _____ **Мелихова О.Н.**

Составитель: Бухановская И.Н., преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Психологические аспекты общения	4
2. Типы общения	4
3. Функции общения	6
4. Виды общения	6
5. Средства общения	9
6. Структура общения	10
6.1 Восприятие в процессе общения (социальная перцепция)	10
6.2 Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения)	17
6.3 Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения)	19
7. Барьеры в общении	20
8. Невербальные средства общения	22
9. Методы развития коммуникативных способностей (эффективное и неэффективное слушание)	27
10. Деловая беседа как форма общения	31
11. Аргументация	34
12. Публичное выступление	35
13. Этические нормы общения	37
14. Профессиональная этика	40
15. Конфликты в общении.	41
16. Стратегии поведения в конфликте	43
17. Эмоциональное реагирование в конфликтах	43
18. Понятие группы	46
19. Понятие коллектива	48
20. Руководство и лидерство	49
21. Социально-психологический климат (СПК) в коллективе	53
Список источников	56

1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕНИЯ

ЧТО ТАКОЕ ОБЩЕНИЕ

Общение — это сложный, многогранный процесс, который выступает как процесс взаимодействия двух и более людей, при котором происходит процесс обмена информацией, процесс взаимного влияния, сопереживания и взаимного понимания друг друга.

В процессе общения формируются, развиваются психологические и этические отношения, которые составляют культуру делового взаимодействия.

В жизни человека практически нет периода, когда он находился вне общения. Общение классифицируется по содержанию, целям, средствам, функциям, видам и формам.

Специалисты сферы сервиса в своей повседневной деятельности сталкиваются с проблемами межличностного общения, которое связано с непосредственными контактами людей в группах или парах.

2. ТИПЫ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ

Выделяют **три основных типа межличностного общения**: императивное, манипулятивное и диалогическое.

Первый тип — *императивное общение*. Это авторитарная (директивная) форма воздействия на партнера по общению. Его основной целью является подчинение одним из партнеров себе другого; достижение контроля над его поведением, мыслями; принуждение к определенным действиям и решениям. В данном типе партнер по общению рассматривается как бездушный объект воздействия, как механизм, которым надо управлять; он выступает пассивной, страдательной стороной. Особенность императивного общения в том, что принуждение партнера к чему-либо не скрывается. В качестве средств влияния используются приказы, указания, требования, угрозы, предписания и т.п.

Второй тип — *манипулятивное общение*, сходное с императивным. Основная цель манипулятивного общения — оказать воздействие на партнера по общению. Но в данном типе достижение своих намерений осуществляется скрытно. Манипуляцию и императив роднит то, что ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Отличие состоит в том, что при манипулятивном типе партнер по общению не информирует о своих истинных целях. Цели скрываются или подменяются другими.

При манипулятивном типе общения партнер не воспринимается как целостная уникальная личность. Он является носителем определенных, нужных манипулятору свойств и качеств. И совсем неважно, насколько добр человек или глуп, тщеславен или простодушен, важно, что его качества можно использовать для достижения своих целей. Но нередко человек, выбравший этот тип отношений с другими, в итоге сам становится жертвой собственных манипуляций. Самого себя он тоже воспринимает как фрагмент, руководствуется ложными целями, переходит на стереотипные формы поведения. Манипулятор никогда не бывает самим собой, он даже не может расслабиться, поскольку его игровая система требует соответствия надлежащей роли. Манипулятивное отношение к другому приводит к разрушению доверительных связей, построенных на дружбе, любви, взаимной привязанности.

Американский психолог и психотерапевт Э. Шостром выделил **восемь типов манипуляторов**.

1 *Диктатор*. Это тиран, преувеличивающий свою силу. Доминирует, раздает указы и приказы. Он стремится управлять, помыкать окружающими при помощи грубой силы сурового и жестокого слова и, конечно, действия. Такие манипуляторы зачастую рвутся к власти, а получив ее, используют весь деспотизм.

2. *Калькулятор* (вычислитель). Преувеличивает контроль в общении с людьми. В контактах ищет выгоду, поскольку его намерения корыстны. Он постоянно что-то выгадывает, желает оставаться «в выигрышном положении» в каждой ситуации.

3. *Тряпка* (слабак). Инфантилен. Преувеличивает свою чувствительность, он забывает, не слышит. Хочет, чтобы его жалели, чтобы были рядом только с ним.

4. *Прилипала*. Преувеличивает свою зависимость и поэтому хочет быть ведомым, управляемым, руководимым. Позволяет другим делать за него работу.

5. *Судья*. Вечно выражает недовольство, осуждает и порицает, обвиняет, видит в каждом врага, лжеца. Выражение лица обвиняющее.

6. *Защитник*. Готов выгородить, оправдать каждый поступок близкого человека. Он портит других, поскольку мешает им расти самостоятельно.

7. *Славный парень*. Сражает своей добротой, которая навязчива. Такой человек, мило улыбаясь, готов совершить некорректный поступок.

8. *Хулиган*. Преувеличивает свою агрессивность и недоброжелательность. Привык наводить порядок в своем окружении при помощи агрессии и силы.

По мнению Э. Шострома, для любого манипулятора характерны такие личностные качества, как ложь, фальшь, недоверие, отстраненность от людей.

Исходя из классификации типов манипуляторов, можно выделить **четыре основные манипулятивные системы**.

1 *Активные* манипуляторы (хулиган, диктатор) пытаются управлять людьми с помощью активных методов. Избегают проявлять слабость в отношениях.

2. *Пассивные* манипуляторы (тряпка, прилипала) прикидываются беспомощными и разыгрывают роль попираемых.

3. *Конкурирующие* манипуляторы (вычислитель) рассматривают жизнь как битву, где люди — соперники (реальные или потенциальные). Находятся в состоянии постоянной бдительности.

4. *Безразличные* манипуляторы. Для них характерно состояние безразличия и отстраненности.

Императивный и манипулятивный типы межличностного общения характеризуют как *монологическое общение*. Человек, рассматривая другого как объект своего воздействия, по сути, общается сам с собой, со своими задачами и целями. Он не видит истинных качеств собеседника, игнорирует его. Как говорил по этому поводу советский физиолог А.А.Ухтомский, человек видит вокруг себя не людей, а своих «двойников».

Третий тип — *диалогическое общение*, которое является *альтернативой императивному и манипулятивному* типам межличностного общения. Оно основано на равноправии партнеров и позволяет перейти от фиксированной на себе установки к установке на собеседника, реального партнера по общению.

Диалог возможен лишь в случае соблюдения ряда **правил взаимоотношений**:

- психологический настрой на эмоциональное состояние собеседника и собственное психологическое состояние (общение по принципу «здесь и сейчас» с учетом чувств, желаний, физического состояния, которые партнеры испытывают в данный конкретный момент);
- доверие к намерениям партнера без оценки его личности (принцип доверительности);
- восприятие партнера как равного, имеющего право на собственное мнение и собственное решение (принцип паритетности);
- общение должно быть направлено на общие проблемы и нерешенные вопросы (принцип проблематизации);

■ разговор необходимо вести от своего имени, без ссылки на чужое мнение и авторитеты; выражать свои истинные чувства и желания (принцип персонифицирования общения).

Диалогическое общение предполагает **внимательное отношение к собеседнику**, к его вопросам, что является профессионально значимым для людей, работающих в сфере сервиса, в частности на предприятиях питания. Диалог как способ общения был введен древнегреческим философом Сократом и использовался в качестве метода получения и расширения знаний о мире, других людях, прежде всего о себе, поскольку процесс самопознания осуществляется на основе постоянного соотнесения себя с другими.

3. ФУНКЦИИ ОБЩЕНИЯ

По своему назначению общение многофункционально. В психологии выделяют **пять основных функций**.

1. *Прагматическая функция* общения реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности.
2. *Формирующая функция* проявляется в процессе развития человека и становления его как личности.
3. *Функция подтверждения* проявляется в том, что только в процессе общения с другими мы можем понять, познать и утвердить себя в собственных глазах. К знакам подтверждения можно отнести знакомства, приветствия, оказание знаков внимания.
4. *Функция организации и поддержания межличностных отношений*. В ходе общения мы оцениваем людей, устанавливаем эмоциональные отношения. Причем один и тот же человек в разных ситуациях может вызвать различное отношение. Эмоциональные межличностные отношения встречаются в деловом общении и накладывают на деловые отношения особый отпечаток.
5. *Внутриличностная функция* общения — это диалог с самим собой. Благодаря этой функции человек принимает решения, совершает значимые поступки.

4. ВИДЫ ОБЩЕНИЯ

Выделяют несколько **видов общения**.

«Контакт масок». В процессе общения нет стремления понять человека, не учитываются его индивидуальные особенности. Поэтому данный вид общения принято называть формальным. В ходе общения используется стандартный набор масок, которые стали уже привычными — строгость, вежливость, безразличие и т.п.; определенный набор выражений лица, жестов. Часто применяются в ходе беседы расхожие фразы, позволяющие скрыть эмоции и отношение к собеседнику.

Примитивное общение. Данный вид общения характеризуется нужностью, т. е. человек оценивает другого как нужный или ненужный (мешающий) объект. Нужен — активно вступают в контакт, не нужен, мешает — оттолкнут резкими репликами. Если от партнера по общению получили желаемое, то теряют дальнейший интерес к нему и, более того, не скрывают этого.

Формально-ролевое общение. Общение, при котором вместо знания о личности собеседника обходятся знанием его социальной роли. В жизни каждый из нас выполняет множество ролей. Роль — это способ поведения, который задается обществом. Исполнение социальной роли должно соответствовать принятым социальным нормам и ожиданиям окружающих независимо от индивидуальных особенностей личности.

В течение одного дня человеку приходится играть несколько ролей: компетентный специалист, коллега, руководитель, подчиненный, пассажир, любящая дочь, внучка, мать, жена и т.д. Таким образом, роли служат для усиления способности предвидеть возможные поступки окружающих людей и выбирать ответную форму собственного поведения.

Деловое общение — это общение, обеспечивающее успех какого-либо дела и создающее условия для сотрудничества людей. Основной задачей делового общения является продуктивное со-

трудничество, в котором партнер всегда выступает как значимая личность, и собеседников отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела.

Мы неоднократно подчеркиваем, что каждый человек уникален, обладает своеобразной, неповторимой манерой общения, однако собеседников можно условно объединить в определенные группы. В учебном пособии «Психология управления» в качестве примера рассматривается **девять абстрактных типов собеседников**¹.

1. *Вздорный человек, «нигилист».* Он не придерживается темы беседы, нетерпелив, несдержан. Своей позицией смущает собеседников и провоцирует на то, чтобы они не соглашались с его аргументами.

2. *Позитивный человек.* Самый приятный собеседник. Доброжелательный, трудолюбивый, всегда стремится к сотрудничеству.

3. *Всезнайка.* Всегда уверен в том, что все знает лучше всех. Постоянно включается в разговор.

4. *Болтун.* Любит высказываться пространно. Бестактно прерывает беседу.

5. *Трусишка.* Данный тип собеседника недостаточно уверен в себе. Он лучше промолчит, чем выскажет свое мнение из-за боязни показаться смешным или глупым.

6. *Хладнокровный, неприступный собеседник.* Замкнут, держится отчужденно, не включается в деловую беседу, так как это кажется ему недостойным его внимания и усилий.

7. *Незаинтересованный собеседник.* Деловой разговор, тема беседы его не интересуют.

8. *Важная птица.* Такой собеседник не выносит никакой критики. Он чувствует себя выше всех и ведет соответствующим образом.

9. *Почемучка.* Он постоянно задает вопросы независимо от того, имеют ли они реальную основу или надуманны. Он просто сгорает от желания спросить.

(Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Психология управления. — Ростов н/Д: Феникс, 1997. — С. 363 — 367).

Например, если перед вами *Вздорный человек*, то при общении с ним рекомендуется не терять уверенность в своей компетентности; постараться установить с ним контакт и сделать его своим союзником. При разговоре с *Трусишкой* продемонстрируйте доброжелательность, заинтересованность; без высокомерия подчеркивайте все позитивные моменты его высказывания. Для *Почемучки* важно, чтобы вы на его вопросы информационного характера отвечали сразу, в случае если вы не можете дать нужный ответ, то целесообразно признать его правоту.

Общение осуществляется при помощи вербальных (словесных) и невербальных (неречевых) средств.

Изучение общения показало насколько это сложное, многообразное явление и позволило определить **структуру общения**, состоящую из трех взаимосвязанных сторон:

1) *коммуникативной*, проявляющейся во взаимном обмене информацией между партнерами по общению, передаче и приеме знаний, мнений, чувств;

2) *интерактивной*, заключающейся в организации межличностного взаимодействия, т.е. в организации общения, при котором его участники обмениваются не только знаниями, идеями, но и действиями;

3) *перцептивной*, проявляющейся через восприятие, понимание и оценку людьми друг друга.

Мы рассмотрели общую характеристику общения. Чтобы лучше понять, что представляет собой общение, необходимо подробно рассмотреть все его стороны, особенности и проблемы.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие типы межличностного общения вы знаете?

2. Назовите профессии, в которых императивный тип общения используется эффективно.
3. Назовите сферы человеческих отношений, где применение императива неуместно.
4. Назовите функции, которые проявляются в общении.
5. Какие виды общения вам известны?
6. Дайте характеристику структуре общения.
7. Ответьте на вопросы теста «Коммуникабельны ли вы?»

Тест «Коммуникабельны ли вы?»

Инструкция. На каждый из приведенных вопросов следует ответить: «да», «нет», «иногда».

1. Вам предстоит ординарная деловая встреча. Выбывает ли вас из колеи ее ожидание?
2. Откладываете ли вы визит к врачу до тех пор, пока станет уже совсем невмоготу?
3. Вызывает ли у вас смутнение и неудовольствие поручение выступит! с докладом, сообщением, информацией на какую-либо тему на собрании, собрании или тому подобном мероприятии?
4. Вам предлагают поехать в командировку в город, где вы никогда не бывали. Приложите ли вы максимум усилий, чтобы избежать этой командировки?
5. Любите ли вы делиться своими переживаниями с кем бы то ни было?
6. Раздражаетесь ли вы, если незнакомый человек на улице обратит к вам с просьбой (показать дорогу, сказать, который час, и т.д.)?
7. Верите ли вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям, разных поколений трудно понимать друг друга?
8. Постесняетесь ли вы напомнить знакомому, что он забыл вам вернуть 50 рублей, которые занял несколько месяцев назад?
9. В ресторане либо в столовой вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?
10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, вы не вступите **снимв** беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?
11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, театральной кассе). Предпочтете ли вы отказаться от своего намерения, нежели встать в очередь и томиться в ожидании?
12. Бойтесь ли вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?
13. У вас есть собственные, сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры и никаких чужих мнение на этот счет вы не приемлете. Это так?
14. Услышав где-то в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения? по хорошо известному вам вопросу, предпочтете ли вы промолчать и не вступать в спор?
15. Вызывает ли у вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе либо учебной теме?
16. Охотнее ли вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменном виде, чем в устной форме?

Обработка результатов. Ответ «да» оценивается в 2 балла; «иногда» — в 1 балл; «нет» — в 0 баллов. Общее число баллов суммируете? и по классификатору определяется, к какой категории людей вы относитесь.

От 30 до 32 баллов — вы явно не коммуникабельны. Близким людям с вами нелегко. На вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь стать общительнее, контактнее, контролируйте себя.

От 25 до 29 баллов — вы неразговорчивы, предпочитаете одиночество, и поэтому у вас, наверное, немного друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают вас в

панику, то надолго выводят из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь таким неудовольствием, в вашей власти преломить эти особенности характера.

От 19 до 24 баллов — вы в известной степени общительны; в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы вас не пугают. И все же с новыми людьми вы сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно.

От 14 до 18 баллов — у вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний. Экстравагантные выходки и многословие вызывают у вас раздражение.

От 9 до 13 баллов — вы общительны, любопытны, разговорчивы и любите высказываться по разным вопросам. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя и не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего вам не хватает — так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, вы сможете себя заставить не отступать.

От 4 до 8 баллов — вы, должно быть, очень общительны, всегда в курсе всех дел. Любите принимать участие в дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас головную боль. Охотно высказываетесь по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя далеко не всегда можете успешно довести его до конца.

3 балла и менее — ваша коммуникабельность чрезмерна. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Вам нужно поработать над собой и своим характером! Прежде всего воспитайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительнее относитесь к людям.

Конечно же, нельзя абсолютизировать результаты теста. Однако если вы считаете необходимым проводить самоанализ хотя бы на основе вопросников подобного типа, то это уже само по себе говорит об искреннем желании понять и устранить затруднения, связанные с налаживанием контактов с окружающими, научиться корректировать свой характер.

5. СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

К средствам общения относятся:

- *язык* — система слов, выражений и правил их соединения в осмысленные высказывания, используемые для общения;
- *интонация* — эмоциональная выразительность речи, которая способна придавать разный смысл одной и той же фразе;
- *мимика, жесты, поза, взгляд* собеседника могут усиливать, дополнять или опровергать смысл фразы;
- *расстояние*, на котором общаются собеседники, зависит от культурных и национальных традиций, от степени доверия к собеседнику.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что такое общение?
2. Какие вы знаете средства общения?
3. Проанализируйте роль каждого из средств общения.
4. Охарактеризуйте коммуникативную, перцептивную, интерактивную стороны общения.

5. Дайте характеристику духовному общению.
6. В каких ситуациях складывается деловое общение?
7. Чем отличается примитивный стиль общения от формально-ролевого?
8. Охарактеризуйте светский стиль общения.

6. СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ

В едином процессе общения выделяют три **стороны**:

- *коммуникативная* - включает в себя обмен информацией между участниками совместной деятельности. Общаясь, люди используют язык как одно из важнейших средств общения;
- *интерактивная* – взаимодействие общающихся и обмен информацией в процессе речи не только словами, но и действиями, поступками (продавец и покупатель общаются, даже если они не произносят слова);
- *перцептивная* - предполагает восприятие общающимися друг друга (очень важно, воспринимает ли один из партнеров по общению другого как заслуживающего доверия, умного, понятливого или же заранее предполагает, что тот ничего не поймет и ни в чем из сообщенного ему не разберется).

Таким образом, в едином процессе общения можно условно выделить три стороны: перцептивную (восприятие), коммуникативную (передача информации), интерактивную (взаимодействие).

6.1 ВОСПРИЯТИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ (социальная перцепция)

Общение начинается с первого взгляда. Иными словами, общение начинается с наблюдения за собеседником, его внешностью, голосом и манерой поведения. Психологи по этому поводу говорят, что происходит восприятие одним человеком другого. Эффективное общение невозможно без правильного восприятия, оценки и взаимопонимания партнеров. Вот почему мы начинаем изучение с основной и важной части структуры общения — **перцептивной**.

Перцепция, или восприятие, хорошо изучена в социальной психологии, а термин «социальная перцепция» (социальное восприятие) впервые был введен американским психологом Дж. Брунером в 1947 г. Он обратил внимание на то, что наряду с индивидуальными различиями существуют общие социально-психологические механизмы восприятия. При общении двух людей наблюдается взаимная ориентировка, т.е. обе стороны как бы изучают друг друга и стремятся получить у друг о друге необходимую информацию и сведения. Причем каждый из общающихся старается предстать в более выгодном свете.

ВЛИЯЮЩИЕ ФАКТОРЫ

На восприятие и оценку людьми друг друга влияют различные **факторы**. Исследованиями подтверждено, что дети и взрослые отличаются по социальной перцепции. Дети в большей степени ориентированы на восприятие внешности (одежда, особенно яркая; прическа и т.п.), они лучше распознают эмоциональное состояние человека по выражению лица, чем по жестам.

Кроме того, сильное влияние на процесс восприятия оказывает профессия наблюдателя. Так, один и тот же человек по-разному будет восприниматься представителями различных профессий. Например, парикмахер будет ориентирован на внешний вид (стрижка, прическа), филолог — на особенности речи, медик — на физическое здоровье и т. п.

Следует заметить, что перед человеком никогда не стоит задача просто воспринять другого, скорее познать другого человека. В ходе познания осуществляются эмоциональная оценка человека и попытка понять логику его поступков и уже на этой основе строить свое собственное поведение.

Люди, вступающие в общение, не равны, они отличаются друг от друга по жизненному опыту, социальному статусу, интеллектуальному развитию и т.п.

ФАКТОРЫ ВОСПРИЯТИЯ

Знания факторов восприятия и осознание их влияния на эффективность общения с целью выстраивания конструктивных отношений необходимы специалистам, занятым в сфере сервиса.

Какие же признаки позволяют нам судить, например, о превосходстве собеседника по социальному статусу? Исследования показали, что существенное значение имеет **процесс формирования первого впечатления о человеке** (2-3 мин). Большое влияние на первое впечатление оказывают: внешний вид человека — одежда, прическа, украшения, очки, знаки различия; в некоторых случаях рассматривается такая «одежда», как машина, оформление кабинета, канцелярские принадлежности и т. п.

Манера поведения человека: как стоит, ходит, сидит, разговаривает, куда устремлен его взгляд и т. п.

Внешний вид и манера поведения составляют **факторы превосходства**, так как в них всегда есть элементы, свидетельствующие о принадлежности человека к определенной социальной группе или его ориентации на какую-то группу

В прежние времена существовали определенные правила и нормы, предписывающие, что и кому можно или нельзя надевать. Правильно подобранная одежда поможет сформировать благоприятное впечатление, вызвать доверие со стороны партнера, создать образ честного, надежного собеседника. Например, наиболее характерной деталью в униформе работников предприятий питания был и остается поварской колпак. Существует мнение, что этот элемент одежды возник в Византии. В соответствии с традициями и в зависимости от своей высоты колпак имел от сорока восьми до ста складок. Право носить самый высокий профессиональный головной убор принадлежало шеф-повару, что, несомненно, говорило о его статусном превосходстве. Сегодня данная традиция сохранилась в некоторых элитных ресторанах.

Рассмотрим, что же **в одежде свидетельствует о превосходстве**. Во-первых, **цена**. Цена одежды определяется по качеству, а также по частоте встречаемости данной модели и ее модности.

Во-вторых, силуэт одежды. «Высокостатусным» — как для женщин, так и для мужчин — считается силуэт, напоминающий по **форме вытянутый прямоугольник с подчеркнутыми углами**, «низкостатусным» — силуэт, напоминающий по **форме шар**. Например, свитер, особенно объемный и пушистый, джинсы или мягкие брюки несовместимы с высоким статусом. Однако на дружеской вечеринке мягкий свитер (пуловер) воспринимается лучше, чем строгий костюм.

В-третьих, цвет одежды. Необходимо учитывать, что в разных странах конкретные цвета могут иметь разное значение. В европейской одежде признаком высокого статуса (независимо от тенденции моды) считаются ахроматические цвета, т. е. черно-серо-белая гамма, чем ярче и насыщеннее цвет, тем ниже предполагаемый статус человека. Заметим, что все эти признаки важны во взаимодействии, их не следует рассматривать в отдельности.

Кроме того, на первое впечатление влияют **различные детали, например украшения**. Массивные золотые перстни — «печатки» у мужчин, а также большие бриллиантовые кольца у женщин хотя и указывают на финансовые возможности, но иногда производят нежелательный эффект. Владельцы подобных украшений могут показаться партнеру по общению как хитрые, неискренние, склонные к доминированию люди, претендующие на повышенное внимание к своей особе.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе собеседника. Результаты экспериментов показали, что **окружающим больше нравятся люди, сидящие на стуле свободно, чуть наклонив корпус тела вперед. И наоборот, человек, сидящий на стуле ровно и слегка отклоняясь назад, вызывают негативное отношение.**

Требования к внешнему виду: аккуратность, опрятность, чистоплотность вызывают доверие к работнику.

При восприятии человека большое значение имеет **фактор привлекательности**. Сложность определения этого фактора вызвана тем, что мы привыкли считать привлекательность индивидуальным впечатлением. Попытка обобщить признаки привлекательности наталкивается на внутреннее сопротивление. Разные народы и разные исторические периоды имели и имеют свои каноны красоты. Поэтому **фактор привлекательности** определяется не разрезом глаз и цветом волос, а социальным значением того или иного признака человека. Ведь существуют одобряемые и неодобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности. Значит, привлекательность — это **приближение к типу внешности, максимально одобряемый той группой, к которой мы принадлежим**.

Еще одним фактором восприятия является **фактор отношения к нам**. Он действует так: люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются гораздо выше тех, которые относятся к нам плохо. В эксперименте психологи, выявив мнения испытуемых по ряду вопросов, ознакомили их с мнениями по тем же вопросам, принадлежащим другим людям, и просили оценить этих людей. Оказалось, что чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка человека, высказавшего это мнение. В данном эксперименте согласие выяснялось с помощью прямых вопросов. Однако существует большое количество косвенных признаков согласия: кивки одобрения, улыбки и слова в нужных местах, манера держаться. В общении очень важно, чтобы согласие было ярко выражено. Если есть согласие, то включается восприятие по фактору положительного отношения к нам.

Например, обсуждая профессиональные вопросы, если у вас совпадают взгляды, то вы друг друга воспринимаете более позитивно, чем в случае, когда взгляды не совпадают.

Знание факторов восприятия и осознание их влияния на эффективность общения с целью выстраивания конструктивных отношений необходимы профессионалам своего дела.

ИСКАЖЕНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДРУГОМ ЧЕЛОВЕКЕ

Изучая процессы восприятия, психологи выявили типичные искажения представлений о другом человеке.

«Эффект ореола». Любая информация, получаемая о человеке, накладывается на заранее созданный образ. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль ореола, мешающий эффективному общению. Например, человек, превосходящий нас по какому-то важному для нас параметру (рост, ум, материальное положение), при общении оценивается положительнее, чем если бы он был нам равен. При этом человек оценивается выше не только по значимому для нас параметру, но и по остальным. В этом случае говорят, что происходит общая личностная переоценка. Поэтому если первое впечатление о собеседнике в целом благоприятно, то и в дальнейшем его поступки, поведение и черты переоцениваются, при этом замечаются и переоцениваются только положительные моменты, отрицательные не замечаются или недооцениваются. И наоборот, если общее впечатление о человеке отрицательное, то даже благородные его поступки не замечаются или истолковываются как корысть.

«Эффект ореола» может принести пользу в том случае, если вы создадите хорошую репутацию людям, которые тесно связаны между собой: однокурсникам, коллегам по работе, друзьям. Очень скоро вы обнаружите, что вас окружают великолепные люди, доброжелательные, замечательно ладящие между собой.

«**Эффект проекции**» возникает тогда, когда мы приятному для нас человеку приписываем свои достоинства, а неприятному — свои недостатки. Кроме того, механизм проецирования заключается в том, что мы неосознанно наделяем другого человека собственными мотивами, приписываем ему переживания, эмоциональное состояние и качества, присущие нам самим. Причем тенденция приписывать собственные качества другим сильнее выражена у людей с невысоким уровнем самокритичности и познанием себя, хотя известно, что уровень познания других во многом зависит от способности, желания и умения познать себя.

«**Эффект упреждения**», или «**эффект первичности и новизны**», возникает тогда, когда мы сталкиваемся с противоречивой информацией о человеке. Если мы имеем дело с незнакомым человеком, то значение придается сведениям (информации), которые предъявляются вначале. При общении с хорошо знакомым человеком учитываются самые последние сведения о нем.

Стереотипизация (от греч. «твердый» и «отпечаток»). Стереотип — это устойчивый образ какого-либо явления или человека, складывающийся в условиях дефицита информации, иными словами — штамп, к которому мы обращаемся.

Стереотипизация может складываться в результате обобщения личного опыта, к которому присоединяются сведения, полученные из книг, кинофильмов. Например, в кино, театре существует понятие «характерный герой» («герой-любовник», «злодей» и т.п.). Многие стереотипы передаются и развиваются в соответствии с образами, заложенными в наше сознание родителями.

Популярны и стойки профессиональные стереотипы. Не работая в данных сферах, не задумываясь, говорим о точности математика, дисциплинированности военного, о том, что все чиновники — бюрократы. Иными словами, каждая профессия имеет свой штамп.

Стереотипное восприятие усиливается за счет хорошего или плохого настроения, самочувствия. Так, при плохом самочувствии люди и события воспринимаются в более негативном свете.

Если оценка личностных качеств человека зависит от его социального статуса, то в этом случае принято говорить о **социально-статусном стереотипе**. В психологии было проведено множество экспериментов, среди которых был такой: к студентам в аудиторию заходил преподаватель с незнакомым мужчиной и сообщал студентам, что проводится эксперимент по оценке глазомера. Была поставлена задача: на глаз определить параметры этого мужчины и записать их на листе бумаги. Причем одной группе студентов мужчину представляли как студента Кембриджа; другой группе — как преподавателя Кембриджа; следующей группе — как профессора Кембриджа. Результаты параметра роста оказались поразительными, поскольку составили разницу 12 см. Причем чем выше был объявлен социальный статус, тем более высоким воспринимался человек.

В процессе восприятия большое внимание уделяется **экспрессивно-эстетическим стереотипам**, определяется зависимость оценки личности от внешней привлекательности человека, т. е. происходит проецирование внешних показателей на внутренние. Заметим, что под внешней привлекательностью понимается все многообразие: физическая красота, привлекательность в одежде, макияж, прическа, проявление эмоций, красота движений и т. п. Исследования психологов показывают, что между оценкой внешности человека по шкале привлекательности и оценкой его психологических качеств наблюдается зависимость, хотя и неоправданная. В ходе одного эксперимента группе людей были предъявлены фотографии, на которых лица оценивались как красивые с точки зрения эстетического восприятия и обыкновенные, некрасивые. Затем участников эксперимента попросили сказать, что они думают о внутреннем мире каждого из изображенных на фотографии людей. Эстетически привлекательные, красивые люди характеризовались как уверенные, счастливые, уравновешенные, энергичные и духовно богатые в отличие от некрасивых.

Заметим, что стереотипы значимы на первых порах общения, однако по мере взаимодействия и познания людьми друг друга межличностные оценки приобретают объективность и иные критерии восприятия.

Безусловно, полностью избежать ошибок не может никто. Но всем по силам разобраться в особенностях восприятия и научиться корректировать свои ошибки.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Дайте характеристику факторам, влияющим на восприятие.
2. Приведите примеры типичных искажений в общении в вашей будущей профессиональной деятельности.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ

В ходе общения человек стремится не просто воспринять собеседника, а познать его, понять логику его поступков и поведения. Познание и понимание людьми себя и других происходит в соответствии с **психологическими механизмами восприятия**. Рассмотрим эти механизмы.

Идентификация (от лат. «отождествлять») — это уподобление себя другому. Чтобы понять партнера по общению, необходимо себя поставить на его место, поскольку нельзя по-настоящему понять человека, пока не побываешь в его шкуре. Вот почему очень важно при деятельности специалиста поварского и кондитерского дела овладеть приемами работы повара, кондитера, пекаря, т.е. осуществлять руководство со знанием дела. В случае неправильного понимания нас окружающими, мы говорим: «Побывали бы вы на моем месте!» Иными словами, мы предлагаем окружающим «включить» механизм идентификации. Данный механизм позволяет понять ценности, привычки, поведение и нормы другого человека.

Эмпатия (от греч. «сопереживание») — это не рациональное осмысление проблем другого человека, а эмоциональный отклик, сопереживание. Эмпатия основана на умении правильно представлять, что происходит внутри человека, что он переживает, как оценивает события. Если коллега, подчиненный решил поделиться своими проблемами, следует отнестись к этому с пониманием. Установлено, что способность к проявлению эмпатии возрастает с приобретением жизненного опыта. Пожилые люди, многое повидавшие и испытавшие, лучше понимают человека, попавшего в те или иные жизненные обстоятельства, чем молодые люди.

Высшая форма проявления эмпатии — действенная, характеризующая нравственную сущность человека. Например, можно сопереживать повару, что он плохо освоил некую технологическую операцию, а можно практически помочь в ее освоении.

Аттракция (от лат. «привлекать, притягивать») — представляет собой форму познания другого человека, основанную на возникновении к нему положительных чувств: от симпатии до любви. Причиной появления положительного эмоционального отношения партнеров по общению нередко бывает их внутреннее и внешнее сходство. Например, молодые люди (юноши, девушки) гораздо лучше понимают друг друга, чем взрослых, которые их окружают (родителей, преподавателей и т.п.).

Чтобы правильно понять партнера по общению, важно знать его отношение к нам, как он воспринимает и понимает нас. В этом случае работает механизм, который в психологии называют рефлексией.

Рефлексия (от лат. «обращение назад») — это способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не только знание другого, но и знание того, как другой понимает нас: наши умственные способности, индивидуально-личностные особенности и эмоциональные реакции. При этом наше внимание переносится с партнера по общению на нас самих, и происходит как бы своеобразное удвоение зеркальных отражений друг друга. В результате с учетом рефлексии и взаимного отображения партнеров в общении участвуют уже не двое, а как бы

шесть человек: «Я», каким я являюсь в действительности; «Я», каким я вижу самого себя; «Я», каким меня видит партнер по общению. И эти же три позиции можно обнаружить у собеседника.

Понимание другого человека очень важно для успешного общения с ним. Нередко нас интересует, что заставляет собеседника действовать так, а не иначе, т. е. каковы причины его поступков. Ведь зная их, можно спрогнозировать дальнейшее поведение партнера по общению, что необходимо для конструктивного выстраивания межличностных отношений.

Каузальная (от лат. «причина») атрибуция

Если бы человек всегда располагал полной информацией об окружающих людях, с которыми он вступает в общение, то он мог бы безошибочно строить тактику взаимодействия с ними. Но в повседневной жизни мы, как правило, находимся в условиях дефицита информации, не зная истинных причин поведения другого человека. Это незнание вынуждает нас приписывать другим самые разнообразные причины их поведения и поступков. В основе такого обобщения лежит сходство поведения собеседника с каким-то известным образом или анализ наших собственных причин, которые, обнаруживаются в аналогичной ситуации. Приписывание причин поведения другому человеку называется **каузальной** (от лат. «причина») **атрибуцией** (от лат. «придаю, наделяю»). **Исследования показывают, что у каждого человека есть привычные объяснения чужого поведения.**

При изучении каузальной атрибуции психологи установили интересные закономерности. Так, **причину успеха люди обычно приписывают себе, а неудачи — обстоятельствам.** Например, при удачно разработанной рецептуре блюд специалист может успех приписать своему умению, креативному подходу. Если рецептура не удалась, не выдержала критических замечаний, он может сослаться на обстоятельства, плохое самочувствие, несовременное оборудование и инвентарь.

Оценка события будет различна в случаях, если человек был участником или наблюдателем. Исследования подтвердили, что ошибки атрибуции приводят к предубеждениям при объяснении поведения членов группы. Всегда оправдываются члены своей группы, своей команды: «Он ответил отказом, потому что его вынудили обстоятельства». При объяснении тех же действий членов других групп люди говорят: «Он ответил отказом, потому что думает только о себе, а не о деле». Положительное поведение членов «чужой» (не своей) группы чаще всего не замечается или рассматривается как редкий, уникальный случай.

Общение становится возможным, если люди, вступающие во взаимодействие, могут оценить уровень взаимопонимания и дать себе отчет в том, что представляет собой партнер по общению. Это, в свою очередь, повышает эффективность деловых отношений.

ВОПРОСЫ:

1. Какие психологические механизмы восприятия вам известны?
2. Раскройте сущность каждого механизма.
3. С какими закономерностями и ошибками атрибуций вы сталкивались в повседневной жизни?
4. Эмоциональный отклик на проблемы партнера, умение представить, что происходит внутри человека, что он переживает, как оценивает события — это: а) рефлексия; б) эмпатия; в) идентификация; г) аттракция.
5. Отождествление себя с партнером по общению на основе попытки поставить себя на его место, понимание поведения, привычек другого человека — это: а) рефлексия; б) эмпатия; в) идентификация; г) аттракция.
6. Ответьте на вопросы теста «*Ваши эмпатические способности*» (В. В. Бойко).

«Ваши эмпатические способности» (В. В. Бойко).

Инструкция. Вам предлагаются вопросы, на которые надо ответить

«да» или «нет».

1. У меня есть привычка внимательно изучать лица и поведение людей, чтобы понять их характер, наклонности, способности.
2. Если окружение проявляет признаки нервозности, я обычно остаюсь спокойным.
3. Я больше верю доводам своего рассудка, чем интуиции.
4. Я считаю вполне уместным для себя интересоваться домашними проблемами сослуживцев.
5. Я могу легко войти в доверие к человеку, если потребуется.
6. Обычно я с первой же встречи угадываю родственную душу в новом человеке.
7. Я из любопытства обычно завожу разговор о жизни, работе, политике со случайными попутчиками в поезде, самолете.
8. Я теряю душевное равновесие, если окружающие чем-то огорчены.
9. Моя интуиция — более надежное средство понимания окружающих, чем знания или опыт.
10. Проявлять любопытство к внутреннему миру другой личности бестактно.
11. Часто своими словами я обижаю близких мне людей, не замечая того.
12. Я легко могу представить себя каким-либо животным, ощутить его повадки и состояние.
13. Я редко рассуждаю о причинах поступков людей, которые имеют ко мне непосредственное отношение.
14. Я редко принимаю близко к сердцу проблемы друзей.
15. Обычно за несколько дней я чувствую: что-то должно случиться с близким мне человеком, и ожидания оправдываются.
16. В общении с деловыми партнерами обычно стараюсь избегать разговоров о личном.
17. Иногда близкие упрекают меня в черствости, невнимании к ним.
18. Мне легко удастся копировать интонацию, мимику людей, подражая им.
19. Мой любопытный взгляд часто смущает новых партнеров.
20. Чужой смех обычно заражает меня.
21. Часто действуя наугад, я тем не менее нахожу правильный подход к человеку.
22. Плакать от счастья глупо.
23. Я способен полностью слиться с любимым человеком, как бы растворившись в нем.
24. Мне редко встречались люди, которых я понимал бы без лишних слов.
25. Я невольно или из любопытства часто подслушиваю разговоры посторонних людей.
26. Я могу оставаться спокойным, даже если все вокруг меня волнуются.
27. Мне проще подсознательно почувствовать сущность человека, чем понять его, разложив по полочкам.
28. Я спокойно отношусь к мелким неприятностям, которые случаются у кого-либо из членов семьи.
29. Мне было бы трудно задушевно, доверительно беседовать с настороженным, замкнутым человеком.
30. У меня творческая натура — поэтическая, художественная, артистическая.
31. Я без особого любопытства выслушиваю исповеди новых знакомых.
32. Я расстраиваюсь, если вижу плачущего человека.
33. Мое мышление больше отличается конкретностью, строгостью, последовательностью, чем интуицией.
34. Когда друзья начинают говорить о своих неприятностях, я предпочитаю перевести разговор на другую тему.

35. Если я вижу, что у кого-то из близких плохо на душе, то обычно воздерживаюсь от расспросов.

36. Мне трудно понять, почему пустяки могут так сильно огорчать людей.

Обработка результатов. Подсчитайте число правильных ответов, соответствующих «ключу», а затем определите суммарную оценку:

+ 1, -2, -3, +4, +5, +6, +7, +8, +9, -10, -11, +12, -13, -14, +15, -16, -17, + 18, +19, +20, +21, -22, +23, -24, +25, -26, +27, -28, -29, +30, -31, +32, -33, -34, -35, -36.

Суммарный показатель может изменяться от 0 до 36 баллов.

Уровень выраженности:

30 баллов и выше — очень высокий уровень эмпатии; **29 — 22 балла** — средний; **21 — 15 баллов** — заниженный; **менее 14 баллов** — низкий.

6.2 ОБЩЕНИЕ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ (интерактивная сторона общения)

Интерактивная сторона общения связана с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности, при этом действие является основным содержанием общения.

I. Одним из возможных способов понимания в процессе общения является восприятие положения партнеров, а также их **позиций** относительно друг друга.

В любом разговоре, беседе большое значение имеет статус партнера, причем не постоянный статус, а статус «здесь и сейчас», в момент общения. Важно и то, кто в данном общении ведущий, а кто — ведомый.

Позиции в общении рассматриваются в русле **трансактного анализа**. Данное направление в психологии было разработано в 50-е годы прошлого столетия американским психологом и психиатром Э. Берном. Наибольшую популярность и практическое применение получила разработанная им схема, в которой Э. Берн выделяет три способа поведения: Родитель, Ребенок, Взрослый. В любой момент каждый человек может быть в состоянии либо Взрослого, либо Родителя, либо Ребенка и **В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КАКОГО СОСТОЯНИЯ ВЕДЕТСЯ РАЗГОВОР, ОПРЕДЕЛЯЮТСЯ ПОЗИЦИИ И СТАТУС СОБЕСЕДНИКА.**

Родитель все знает, все понимает, никогда не сомневается, со всех требует, за все отвечает.

Взрослый трезво, реально анализирует, не поддается эмоциям, логически мыслит.

Ребенок — эмоциональный, импульсивный, нелогичный.

! Каждый тип состояний важен для человека.

Основные характеристики позиций Родитель, Ребенок, Взрослый сведены в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики	Родитель	Взрослый	Ребенок
Характерные слова и выражения	Все знают что...; Ты не должен никогда...; Ты всегда должен...; Я не понимаю, как это допускают... и т.д.	Как? Что? Когда? Где? Почему? Вероятно; возможно	Я сердит на тебя! Вот здорово! Отлично! Отвратительно!
Интонации	Обвиняющие, снисходительные, критические, пресекающие	Связанные с реальностью	Очень эмоциональные
Состояние	Надменное, сверхправильное, очень приличное	Внимательность, поиск информации	Неуклюжее, игривое, подавленное, угнетенное
Выражение лица	Нахмуренное, неудовлетворенное, обеспокоенное	Открытые глаза, максимум внимания	Угнетенность, удивление
Позы	Руки в боки, указующий перст, руки сложены на груди	Наклон вперед к собеседнику, голова поворачивается за ним	Спонтанная подвижность (сжимают кулаки, ходят, дергают

			пуговицу)
--	--	--	-----------

В той или иной степени эти эго-состояния свойственны нам всем. Каждое из них при определенных обстоятельствах уместно и необходимо.

Взрослый позволяет нам эффективно анализировать и **решать** насущные **жизненные задачи**.

Без внутреннего **ребенка** жизнь была бы **тосклива** и уныла, а **родитель** регулирует **нравственную** сторону жизни.

Но когда эти эго-состояния проявляются некстати либо находятся в сильном дисбалансе, это приводит к серьезным проблемам в жизни.

Задание: Приведите примеры из личного опыта.

ОРИЕНТАЦИИ. ТИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

I. Общение как взаимодействие можно рассматривать с позиций **ориентации на контроль и ориентации на понимание**.

Ориентация на контроль предполагает стремление одного из участников общения контролировать и управлять ситуацией и поведением других людей, которое сопровождается желанием доминировать во взаимодействии. «Контролеры» много говорят. Их стратегией является стремление заставить партнера по общению принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации.

Ориентация на понимание включает в себя стремление понять ситуацию и других людей. При этом поведение направлено на избежание конфликтов, на представление о равенстве партнеров и достижений взаимной удовлетворенности ходом общения. «Пониматели» больше молчат в разговоре. Им свойственно слушать, наблюдать, анализировать. Они пытаются понять собеседника, адаптироваться (подстроиться) к партнеру по общению.

Таким образом, в процессе взаимодействия люди реализуют планы, цели и решают деловые проблемы. В ходе взаимодействия изменяется поведение партнеров, вырабатываются общие мнения для достижения необходимого результата.

Типы человеческого взаимодействия очень разнообразны, поэтому ученые пытаются упорядочить их многообразие. Наиболее распространенное деление взаимодействия:

КООПЕРАЦИЯ (от лат. «сотрудничество»), предусматривающая совместное достижение целей,

и КОНКУРЕНЦИЯ (от лат. «сталкиваюсь»), предполагающая создание затруднений и препятствий в достижении целей.

Деловое взаимодействие организуется на основе принятых правил и норм, которые устанавливаются законодательными актами, служебными инструкциями, этическими кодексами, нормами и правилами делового этикета.

ВОПРОСЫ

1. В чем сущность трансактного анализа процесса взаимодействия по Э. Берну?
2. Приведите собственные примеры позиций в общении.
3. Охарактеризуйте взаимодействие с позиций ориентации на контроль и понимание.
4. Какие формы взаимодействия являются наиболее распространенными?

5. По-вашему мнению, какой тип межличностного общения характерен для «контролера» и какой тип для «понимателя»?

6.3 ОБЩЕНИЕ КАК ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (коммуникативная сторона общения)

Коммуникативная сторона общения проявляется во взаимном обмене информацией между собеседниками, передаче и приеме знаний, мнений, чувств.

При общении информация не просто передается от одного партнера к другому, а **собеседники обмениваются ею**. Лицо, **передающее информацию**, называют **коммуникатором**, а *получающее информацию* — *реципиентом*.

Обмен информацией между участниками общения осуществляется как на вербальном (речевом), так и невербальном (неречевом) уровне.

На **вербальном уровне** в качестве средств передачи информации используется человеческая речь. Нередко можно слышать мнение, что речь скрывает истинное лицо человека, но вместе с тем речь может демонстрировать его вопреки воли говорящего. Речь является одним из факторов развития личности.

Выделяют несколько **видов речи**.

Внешняя речь — общение между людьми при помощи разговора.

Она бывает:

- *устной* (протекает в меняющихся условиях, сокращенное количество слов и простые грамматические конструкции); устная речь подразделяется на *диалогическую* (речь, при которой активны все участники) и *монологическую* (развернутая и связанная речь, требует тщательного отбора слов).

- *письменной* (имеет четкий замысел, предъявляет повышенные требования к мыслительной деятельности);

- *аффективная* (очень простая и ограничена «Ах!», «Ох!», «Ну, погоди!»).

Внутренняя речь направлена на себя, носит свернутый, сокращенный характер.

Эффективность общения чаще всего связывают с коммуникативной стороной.

👉 **Основной целью обмена информацией является выработка единой точки зрения между общающимися, установление согласия по поводу ситуаций и проблем, при этом важно, чтобы передаваемая информация была правильно понята.** Умение точно выражать свои мысли, умение слушать являются составляющими коммуникативной стороны общения.

На понимание сообщения, которое поступает от коммуникатора к реципиенту, влияют форма и содержание сообщения, зависящие:

- от личностных особенностей говорящего;
- отношения говорящего к слушающему;
- ситуации, в которой протекает общение.

Например, разговор с другом будет отличаться от вашего разговора с преподавателем; разговор с коллегой — от разговора с руководством и т. п. При общении необходимо учитывать жизненные ценности и приоритеты вашего собеседника. Рассматривая мир через свое видение, партнер по общению иначе, чем вы, слышит, видит и размышляет, т. е. по-иному воспринимает действительность.

Например, непонимание детьми и взрослыми друг друга, так как окружающим предметам и обстоятельствам они придают разное значение. Или современные тенденции кулинарного искусства (молекулярная кухня, фьюжен, горячее мороженое) не всегда могут быть правильно приняты кулинарами старшего поколения.

Во время обмена информацией посланное *сообщение претерпевает изменение под влиянием качеств личности слушающего*, а также от его отношения к говорящему, содержанию и ситуации общения. В детстве, возможно, вы играли в игру «Испорченный телефон».

А. Моль проиллюстрировал передачу информации на следующем примере: информация передавалась по цепочке **«капитан — адъютант — сержант — капрал — рядовые солдаты»**.

Текст I. *Капитан адъютанту:* «Как вы знаете, завтра произойдет солнечное затмение, а это бывает не каждый день. Соберите личный состав в 17 часов на плацу, в походной одежде. Они смогут наблюдать это явление, а я дам им необходимые объяснения. Если будет идти дождь, то наблюдать будет нечего, в таком случае оставьте людей в казарме».

Адъютант сержанту. «По приказу капитана завтра утром произойдет солнечное затмение в походной одежде. Капитан на плацу даст необходимые объяснения, а это бывает не каждый день. Если будет идти дождь, то наблюдать будет нечего, тогда явление состоится в казарме».

Сержант капралу: «По приказу капитана завтра утром в 5 часов затмение на плацу людей в походной форме. Капитан даст необходимые объяснения насчет этого редкого явления, если будет дождливо, что бывает не каждый день».

Капрал солдатам: «Завтра в самую рань, в 5 часов, солнце на плацу произведет затмение капитана в казарме. Если будет дождливо, это редкое явление состоится в походной одежде, а это бывает не каждый день».

Текст II

Для нашего колледжа купили новые компьютеры. Через месяц в помещении, где сейчас находится библиотека, оборудуют компьютерный класс, а библиотеку переместят в пустующий кабинет на первом этаже. По вечерам в компьютерном классе можно будет играть тем, кто отработает 30 минут после уроков на благоустройство приколледжной территории территории.

Кроме этого, информация **проходит фильтр «доверия — недоверия»**, вот почему нередко истинная информация может оказаться неприятной, а ложь — приятной. В большей степени мы доверяем информации, полученной от близких людей, и в меньшей — от незнакомых.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Дайте характеристику коммуникативной стороне общения.
2. Какие виды речи вам известны?
3. За счет чего информация может претерпевать искажения?

7. БАРЬЕРЫ В ОБЩЕНИИ

Во многих ситуациях общения человек сталкивается с тем, что его слова, побуждения неправильно воспринимаются собеседником, не доходят до получателя информации. На пути передачи информации возникают какие-то затруднения и препятствия. Наиболее часто в общении возникают коммуникативные барьеры восприятия и понимания.

К ним относятся: **этический барьер, эстетический барьер, барьер возраста, барьер боязни контакта, барьер отрицательных эмоций, барьер предвзятости, барьер ожидания непонимания, барьер стереотипов, барьер двойника, фонетический барьер, семантический барьер и др.**

Рассмотрим некоторые из них.

Эстетический барьер возникает из-за неприятия внешнего вида коллеги или посетителя предприятия питания. Это неопрятная одежда, грязные и сальные волосы и т. п. У посетителей предприятий питания может также возникнуть барьер, если обстановка неряшлива (на скатерти стола пятна, меню затертое и т.п.). Преодолеть внутреннее препятствие к ведению конструктивного разговора в подобной ситуации трудно, но тем не менее нельзя показывать, что вас что-то отталкивает, демонстрировать свою брезгливость.

Барьер отрицательных эмоций возникает в общении с человеком, находящимся в плохом настроении. Если ваш коллега, который обычно с вами вежлив, встречает вас нелюбезно, разговаривает, не поднимая глаз, и т.д., не спешите принимать это на свой счет и искать причину в изменении его отношения к вам. Скорее всего человек не может справиться с плохим настроением. Причиной плохого настроения может быть физическое или духовное состояние здоровья.

Барьер отрицательной установки. Посетитель может иметь негативную установку по отношению к ресторану (кафе), в котором вы трудитесь, или иметь предубеждение к умению поваров готовить хорошие и качественные блюда. Спокойно отнеситесь к неприязни как к проявлению человеческого невежества, отсутствия культуры.

Барьер стереотипов. Взаимодействию нередко мешают неверный стереотип человека, его профессия. Для выстраивания конструктивного общения от стереотипов надо отказываться.

Барьер двойника заключается в том, что мы невольно судим о каждом человеке по себе, ждем от собеседника такого поступка, какой совершили бы на его месте. А потом возмущаемся: «Я бы так никогда не поступил!»

Барьер отношения связан с неприязненным отношением к партнеру или с недоверием к говорящему. Данное отношение переносится на получаемую информацию.

Неумение партнера ясно и последовательно выражать свои мысли мешает общению. Неумение слушать собеседника проявляется в перебивании, партнер начинает говорить о своем или уходит в собственные мысли и не реагирует на ваши слова.

Фонетический барьер появляется в результате использования непонятного языка, невыразительной речи, речи-скороговорки или речи с большим количеством звуков-паразитов (гм-м, э-э...). Неполное понимание возникает из-за невнятной речи, плохой дикции и речи с дефектами. Поэтому, чтобы быть правильно понятым, надо учиться говорить внятно, разборчиво, достаточно громко и избегать скороговорки. Например, быстрая или медленная речь людьми воспринимается по-разному. Это зависит от возраста, образования, индивидуальных особенностей. Так, пожилые люди поймут хуже быструю речь, а молодые — медленную. Этот факт необходимо учитывать в своей профессиональной деятельности.

Семантический барьер связан с многозначностью слов любого языка, когда участники общения используют различное значение слова, имеющего двойной смысл. Использование жаргона, «тайного языка» также приводит к возникновению семантического барьера. Существует множество специальных профессиональных терминов, которые человек, работающий в иной сфере деятельности, не поймет.

Барьер социально-культурного различия основан на социальных, политических, религиозных, профессиональных различиях, которые приводят к интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе общения. Например, известная пословица «Сытый голодного не разумеет» характеризует социальное различие. Иногда препятствиями в общении могут быть профессия, пол, возраст партнера. Психологи доказали, что барьер общения тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего. Иначе говоря, чем выше авторитет, тем легче происходит усвоение предлагаемого сообщения. Пословица «Яйца курицу не учат» показывает отношение к партнеру, т. е. он не авторитет, его можно не слушать.

Рекомендации специалистов по преодолению барьеров в общении:

- вырабатывать чувство собственного достоинства;
- быть уверенным в себе;
- уважать собеседника и принимать его во всем многообразии (да, он другой, отличный от вас);

- постараться за каждым неадекватным поступком собеседника увидеть его индивидуальные особенности, которые могут порождать проблемы;
- внимательно относиться к собеседнику с первой минуты разговора.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие барьеры в коммуникации вам известны?
2. С какими барьерами, по-вашему мнению, чаще всего в профессиональной деятельности встречается специалист вашего профессионального направления?
3. На что необходимо обращать внимание, чтобы преодолеть барьеры непонимания?

8. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

Невербальные средства общения являются дополнением речевого общения. Психологами установлено, что от 60 до 80 % информации человек получает за счет невербальных (неречевых) средств общения. Для успешного ведения дел, продвижения по карьерной лестнице важен наряду со словесным (вербальным) этикетом учитывать невербальный (бессловесный) деловой язык. В понятие невербального языка входит умение не только интерпретировать жесты, мимику партнера, но и контролировать свое поведение.

Выделяют четыре вида невербальных средств общения.

1. *Кинесика* изучает внешнее проявление человека и включает в себя: мимику (движение мышц лица), пантомимику (движение тела — осанка, походка, позы), жесты, взгляд.
2. *Экстралингвистика* (речевые паузы, кашель, плач, смех) и *паралингвистика* (громкость, тембр, ритм, высота звука).
3. *Такесика* изучает прикосновения в процессе общения (рукопожатие, поцелуй, дотрагивание и пр.).
4. *Проксемика* исследует расположение людей в пространстве при общении (расстояние до собеседника, персональное пространство и т.п.).

Количество и качество невербальных сигналов зависят от возраста человека, от пола, типа темперамента, социального статуса, национальности. По данным психологических исследований, на протяжении часового разговора финн прибегает к жестикуляции 1 раз, итальянец — 80 раз, француз — 120 раз, мексиканец — 180 раз.

Чтобы **правильно трактовать невербальное общение**, специалисты рекомендуют руководствоваться следующими правилами:

- читать следует не отдельные жесты (они, как и некоторые слова, могут иметь несколько значений), а их совокупность;
- жесты следует трактовать в контексте их проявлений (руки скрещены на груди — при общении это недоверие, закрытость; при холодной морозной погоде человек со скрещенными руками попросту замерз);
- необходимо учитывать национальные особенности;
- при прочтении жестов не приписывать свой опыт и свое состояние другому человеку;
- помнить о формально-ролевом общении (например, если человек играет роль высокомерного, то и жесты будет использовать соответствующие);
- учитывать факторы здоровья (к примеру, у близоруких людей зрачки всегда расширены, у дальновзорких сужены).

Мимика тесно связана с эмоциями и позволяет человеку догадаться о переживаемых собеседником чувствах радости, печали, напряжения или покоя. Мимика помогает человеку передавать настроение, отношение к тому, о чем он говорит. Радость, гнев, печаль — самые распространенные эмоциональные состояния лица. При радости мускулы лица приходят в движение, и все черты лица кажутся приподнятыми кверху. Носогубные складки резко изменяют форму, дугообразно расходясь от крыльев носа сначала кверху, а потом вниз. Уголки губ оттягиваются назад и кверху, щеки также поднимаются вверх, образуя под глазами у наружных углов мелкие морщины. Брови принимают изогнутый вид. Чувство гнева выражается в мимике нахмуриванием лба, брови сдвигаются. В межбровном пространстве появляются вертикальные складки, губы при этом плотно сжаты (плотно сжатые губы выдают внутреннее напряжение, расслабленные говорят о мягкости и открытости).

Выражение лица играет важную роль в общении, обеспечивая эмоциональный контакт между собеседниками.

Улыбка является универсальным средством невербального общения. Первоначально улыбка была символом угрозы, но уже давно означает одобрение, доброжелательность. Некоторые психологи придерживаются мнения, что человек улыбается не только потому, что рад чему-либо, но и потому, что улыбка помогает чувствовать уверенность и быть счастливее. Возможно, эта точка зрения спорная, но все же при встрече улыбка снимает настороженность первых минут и способствует спокойному, уверенному общению, создает положительный настрой. Улыбка украшает человека, выражает радость встречи, говорит о расположении и дружелюбии партнера по общению. Психологи рекомендуют слова приветствия и благодарности сопровождать улыбкой, поскольку улыбка снимает напряжение.

Люди улыбаются по-разному. Существуют дружелюбная, ироничная, заискивающая, презрительная, насмешливая и другие виды улыбок. При общении с собеседником всегда надо помнить, что улыбка должна выражать дружеское расположение. Улыбка, при которой немного обнажается верхний ряд зубов, выражает большее дружеское расположение, чем обычная улыбка. Однако такую открытую улыбку специалисты не рекомендуют использовать при первой встрече, так как она может породить недоверие. Широкая улыбка, когда рот приоткрыт и обнажены оба ряда зубов, не используется при знакомстве, она характерна при шутках между друзьями.

Американцы любят повторять: «Улыбайтесь». Следуя этому принципу, помните, что улыбка должна соответствовать ситуации и не должна вызывать раздражение собеседника.

Взгляд — первый шаг на пути к собеседнику. Взгляд очень красноречив и выражает самые различные чувства и состояния. Он может быть жестким, колючим, добрым, радостным, открытым, враждебным, ласковым, вопрошающим, блуждающим, застывшим и т.д.

Взгляд выражает отношение к собеседнику. Люди смотрят друг на друга от 30 до 60% времени беседы. Зрительный контакт помогает регулировать разговор. Когда человек говорит, он обычно реже смотрит на собеседника, чем когда он его слушает. Если говорящий переводит взгляд с партнера на что-то другое и обратно, это означает, что он еще не закончил говорить. Если мысль говорящего закончена, то он, как правило, смотрит в глаза собеседника, как бы сообщая: «Я все сказал, слово за вами». Взгляд в сторону или искоса воспринимается как выражение подозрения и сомнения.

Нередко нас раздражают люди, которые во время разговора опускают веки, тем самым человек пытается убрать собеседника из поля своего зрения, потому что он ему надоел, стал неинтересным. Возможно, это проявление чувства превосходства над собеседником, особенно в сочетании с откинутой назад головой. Зрительный контакт зависит от дистанции между собеседниками. Мы больше смотрим на говорящего, когда он находится на некотором расстоянии, и

избегаем зрительных контактов, когда он находится вблизи. **Чем ближе находится собеседник, тем меньше нужно смотреть ему прямо в глаза, чтобы не вызвать у него неприятного чувства.**

Жестом можно приветствовать и прощаться с человеком, обратиться к знакомому и незнакомому. Жестом можно обидеть собеседника, а можно доставить ему радость. Многие из нас знают разницу между жестом торжественным и развязным, дружеским и официальным. Поэтому жест может многое рассказать о человеке, о его воспитанности и культуре поведения.

В процессе наблюдения было выявлено, что при разговоре люди придают словам 7 % значимости, интонации — 38 % , мимике и жестам — 55 %. **Всего один жест может изменить смысл произнесенных слов.**

В беседе мы часто сопровождаем слова действиями, в которых главную роль играют руки. Важным атрибутом деловых встреч является *рукопожатие*. Оно очень информативно, при этом особое внимание обращают на его интенсивность и длительность. О безразличии говорит вялое рукопожатие сухих рук. При сильном волнении у людей бывают влажные ладони. Удлиненное рукопожатие, сопровождаемое улыбкой, демонстрирует дружелюбие. Не рекомендуется протягивать руку тыльной стороной вниз, а также задерживать руку партнера в своей руке, поскольку у него может возникнуть ощущение попадания в капкан. Долгое рукопожатие может говорить о скрытой борьбе за лидерство.

Рука, поданная ладонью вниз, показывает превосходство партнера и читается: «Беру контроль и ответственность на себя». Это рукопожатие называют подавляющим. Для его нейтрализации специалисты рекомендуют подойти на полшага вперед. В этом случае руки автоматически переходят в вертикальное положение, которое свидетельствует о партнерском рукопожатии: «Мы равны и готовы к взаимодействию». Рука, поданная для рукопожатия ладонью вверх, означает согласие на подчинение: «Отдаю вам контроль над ситуацией». Таким образом, даже простое рукопожатие несет информацию о собеседнике.

Об уровне общей культуры человека, его тактичности, деликатности и вежливости можно говорить по используемым жестам в той или иной ситуации. Специалисты в области невербального этикета рекомендуют не злоупотреблять жестами, особенно если вы не уверены, что ваш собеседник их правильно поймет.

Каждый жест человека подобен слову в языке, он неразрывно связан с ходом мысли и с движением чувств человека. Для определения понимания информации в психологии используют *механизм обратной связи*, который проявляется в том, что в процессе обмена информацией она помимо своего первоначального содержания несет сведения о том, как собеседники воспринимают и оценивают поведение друг друга. Обратная связь подразумевает наблюдение за партнером по общению и оценку его реакций, а также последующее изменение собственного поведения.

В общении с клиентами или коллегой обратная связь является важным и необходимым условием установления доверительных отношений. Благодаря обратной связи мы можем понять, как встречено то, о чем мы говорим — с одобрением или враждебно, открыт собеседник или замкнут. Например, по выражению лица вы можете определить, доволен ли посетитель оказанной услугой. Бессловесная обратная связь помогает достичь нужного результата для построения конструктивного общения и налаживания взаимоотношений.

В общении чаще всего встречаются следующие виды жестов:

- *жесты оценки*, при которых Человек оценивает информацию: почесывание подбородка, вытягивание указательного пальца вдоль щеки, вставание и прохаживание;
- *жесты самоконтроля* — руки сведены за спину, при этом одна сжимает другую, или человек, сидящий на стул, вцепился руками в подлокотники;

- *жесты доминирования* — жесты, связанные с выставлением больших пальцев напоказ, резкие взмахи сверху вниз;
- *жесты расположения* — прикладывание руки к груди, означающие честность, прерывистое прикосновение к собеседнику.

Поза — это положение человеческого тела. От умения правильно держаться и двигаться в значительной степени зависит ваш внешний вид. Наша манера стоять, ходить, сидеть является дополнительным источником информации. Очень информативны плечевой пояс и верхняя часть тела человека. Например, высоко поднятые плечи со слегка сутулой спиной и втянутым подбородком свидетельствуют о беспомощности, боязливости и неуверенности. Плечи, спадающие вперед, указывают на чувство подавленности. Свободно опущенные плечи говорят о внутренней свободе, уверенности, а отжимание плеч назад указывает на активность, решительность, но нередко на переоценку собственных возможностей.

Человеческое тело способно **принимать около тысячи различных положений**. В силу культурных традиций каждого народа одни позы являются запретными, а другие — нормативными. Позы свидетельствуют об уровне культуры общества. Например, сидеть, развалившись на стуле или положив ноги на стол, в присутствии партнера в нашем обществе не принято. Нужно учиться сидеть красиво, удобно и естественно, при этом не следует плюхаться на стул — нужно садиться спокойно и красиво. Не следует разглаживать юбку после того, как усядетесь. Когда собеседник сидит, наклонившись слегка вперед, то он выражает внимание и сосредоточенность; если он откинулся назад и положил ногу на ногу, то его вид говорит о не заинтересованности, выключении из разговора.

В ходе общения можно наблюдать **наиболее читаемые позы**:

- *открытую*, которая характеризует искренность и правдивость (открытые ладони рук, развернутые навстречу собеседнику; руки и ноги не скрещены; расстегнутый пиджак);
- *закрытую*, или *защитную*, означающую реакцию на возможные угрозы или конфликтные ситуации (скрещенные руки; посадка на стуле верхом — спинка стула является щитом, защитой; а также когда человек сидит на стуле, закинув ногу на ногу или скрестив их);
- *поза готовности* демонстрирует желание активных действий, а также энтузиазм в достижении цели (руки на бедрах; сидя на стуле, туловище наклонено вперед, руки опираются на колени, а ноги опираются о пол так, что одна нога выступает чуть-чуть вперед, оставляя другую позади).

Важное значение для общения имеет **голос**, который выражает наши чувства. Тихим голосом разговаривают люди робкие и неуверенные в себе, очень громкая, взвинченная речь может восприниматься как резкость и агрессия. В обычной обстановке нужно говорить с нормальной громкостью, чтобы вас все хорошо слышали. Каждому человеку необходимо работать над постановкой голоса.

Существенное значение имеют гибкость, пластичность голоса, умение легко изменять его в зависимости от содержания речи. Большое значение имеет *тон* речи, т.е. окраска голоса человека, с помощью которой он передает свои чувства и мысли. Тон может изменить содержание речи, придать ей противоположный смысл. Хорошо поставленному голосу свойственно богатство тембральной окраски. *Тембр* — это окраска звука, яркость, теплота, мягкость и индивидуальность. Не случайно есть голоса, которые привлекают нас и надолго запоминаются.

Одним из важнейших средств может стать умелое использование *пауз*, которые помогают доносить и воспринимать смысл высказывания. Длительность пауз различна и зависит от причины, которой она вызвана. Голос и жест в сочетании с мимикой помогают человеку создать свой образ.

Проксемика занимается нормами пространственной и временной организации общения. Выделяют четыре пространственные зоны, или дистанции, в общении.

1. *Интимная* (от 0 до 45 см). Из всех дистанций в общении эта самая главная и охраняемая человеком. Проникнуть в эту зону позволяется самым близким людям.
2. *Личная* (от 45 до 120 см). Это расстояние используется в повседневном общении среди знакомых людей. Данная дистанция обычно разделяет людей, находящихся на приемах или официальных вечерах.
3. *Социальная* (от 120 до 400 см). Это дистанция официальных встреч с посторонними людьми; людьми, которых мы не очень хорошо знаем (новичок в группе, новый сотрудник в коллективе).
4. *Общественная, или публичная* (от 400 до 750 см). Данное расстояние используется при общении с большим количеством людей. Например, лектору удобнее передавать информацию, а слушателям — воспринимать.

Интересно, что определяющим фактором расстояния между общающимися являются *социально-возрастные различия*. Исследователи отмечают, что чем больше разница в возрасте у общающихся людей, тем больше расстояние между ними. Исследования также показали, что между ростом собеседника и дистанцией общения существует связь: чем выше мужчина, тем более он старается приблизиться к собеседнику, и наоборот. У женщин прослеживается противоположная зависимость, поэтому специалисты рекомендуют учитывать в общении данную закономерность.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что означает «читать человека»?
2. Какова роль невербального общения в межличностном взаимодействии?
3. Согласны ли вы с утверждением, что жесты следует читать в их совокупности и трактовать в контексте их проявлений? Ответ поясните.
4. За счет чего невербальный язык принято считать элементом общей культуры поведения?
5. Почему в процессе общения не рекомендуется использовать большое количество жестов? Ответ поясните.
6. Можно ли охарактеризовать состояние собеседника по его рукопожатию? Ответ проиллюстрируйте примерами.
7. Ответьте на вопросы психологического теста «Уровень владения невербальными компонентами в процессе делового общения».

«Уровень владения невербальными компонентами в процессе делового общения»

Инструкция. Ответьте на приведенные утверждения «да» или «нет».

2. Собеседники часто обращают мое внимание на то, что я говорю слишком громко или слишком тихо.
3. Во время разговора я порой не знаю, куда деть руки.
4. Я чувствую неловкость в первые минуты знакомства.
5. Почти всегда предстоящее общение с незнакомым человеком вызывает у меня тревогу.
6. Я часто бываю скован в движениях.
7. В течение 10-минутной беседы я не могу обойтись без того, чтобы к чему-либо не прислониться или на что-либо не облокотиться.
8. Я обычно не обращаю внимания на мимику и движения партнера, сосредоточиваясь на его речи.

9. Я стараюсь ограничить круг своего делового общения несколькими хорошо знакомыми мне людьми.
10. При разговоре я часто верчу что-либо в руках.
11. Мне трудно скрыть внезапно возникшие эмоции.
12. Во время деловых бесед я стараюсь полностью исключить мимику и жестикуляцию.

Результаты. Чем меньше **утвердительных ответов («да»)**, тем лучше человек владеет невербальными средствами общения.

Если дано **11 отрицательных ответов («нет»)**, это не означает, что можно пренебречь невербальными методами. Внимательно наблюдая за собой и собеседниками, можно обнаружить много интересных, информативных моментов, которые ранее ни о чем не говорили и которые теперь способны значительно облегчить вашу профессиональную деятельность.

9. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ **(эффективное и неэффективное слушание)**

Как уже отмечалось, общение не всегда протекает гладко и удачно. В процессе общения мы сталкиваемся с различными преградами, которые связаны с непониманием собеседника. Преграды возникают за счет смысловых барьеров, неодинакового прочтения невербальных символов разными людьми, отсутствия внимания и интереса со стороны партнера по общению, а также плохой обратной связи, которая не позволяет определить, действительно ли ваше сообщение истолковано в том смысле, который вы в него вкладывали.

Успешность делового общения во многом зависит от **умения слушать собеседника**. Слушая, люди, к сожалению, часто не слышат друг друга. Древнегреческий писатель и историк Плутарх отмечал, что нужно научиться слушать и тогда можно извлечь пользу даже из тех, кто говорит плохо. При кажущейся простоте (многие думают, что «слушать» означает — помалкивать) слушание — это сложный процесс, который требует навыков культуры общения. От умения людей слушать и слышать во многом определяется успех выполняемого задания.

Специалисты выделяют эффективное и неэффективное слушание.

Неэффективное слушание не обеспечивает правильного понимания слов, чувств собеседника, понимания обсуждаемой проблемы, а также не способствует установлению доверительных отношений между партнерами по общению.

Эффективное слушание способствует пониманию обсуждаемой проблемы и приводит к ее решению. Выделяют два вида эффективного слушания: нерефлексивное и рефлексивное.

Нерефлексивное слушание — это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями и комментариями. Внимательное молчание подразумевает слушание с использованием невербальных средств — кивков, мимических реакций и контакта глаз. Помимо этого используются и речевые приемы: «Угу», «Да-да», «Да — я согласен», «Да — я понимаю» и т.п. Слушание этого вида полезно тогда, когда ваш собеседник проявляет какие-то чувства (например, гнев), хочет обсудить волнующий его вопрос или желает высказать свою точку зрения.

Рефлексивное слушание — это процесс расшифровки смысла сообщений, установление активной обратной связи с говорящим. Оно позволяет устранить преграды, искажения в процессе общения и помогает понять смысл и содержание высказываний собеседника.

В психологии выделяют четыре основных приема рефлексивного слушания.

1. *Выяснение.* Представляет собой прямое обращение к говорящему за уточнениями при помощи фраз: «Я не понял», «Пожалуйста, уточните это» и т.п., способствующих лучшему пониманию.

2. *Отражение чувств.* В этом случае особое внимание обращается на отражение слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вы немного расстроены», «Очевидно, вы чувствуете ...» и т.п. Отражая чувства собеседника, мы показываем ему, что понимаем его состояние. Данный прием предполагает использование механизма восприятия — эмпатии (см. раздел 1.3).

3. *Перефразирование*, т. е. собственная формулировка сообщения говорящего для проверки точности понимания. При этом используются фразы: «Если я вас правильно понял...», «Другими словами, вы считаете...», «По вашему мнению...» и т.п. Перефразирование показывает говорящему, что его слушают и понимают. В случае неправильного понимания данный прием помогает вовремя исправить непонимание.

4. *Резюмирование*, т. е. подытоживание основных идей, чувств говорящего. Этот прием уместен при длительных беседах, при завершении разговора. Используют фразы: «Итак, вы считаете, что...», «Если подвести итог сказанному, то...» и т.п.

Однако всегда необходимо помнить об **ошибках**, которые подстерегают нас на пути **слушания**, и избегать их. **В процессе слушания нельзя:**

- перебивать собеседника;
- заострять внимание на разговорных особенностях партнера по общению;
- делать поспешные выводы и тем самым возводить преграды общения;
- поспешно возражать, недослушав собеседника до конца;
- давать непрошенные советы;
- **думать о своем или отвлеченном от темы разговора.** Помните, бестактный человек является главным источником конфликта!

ТЕХНИКИ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

В психологии существует множество приемов повышения эффективности общения. Их принято называть **техниками общения**. Рассмотрим некоторые из них.

Прием «**ИМЯ СОБСТВЕННОЕ**» основан на произнесении вслух имени — отчества партнера по общению. Этот прием вызывает положительные эмоции, снимает сопротивление с собеседника, демонстрирует расположение работника к посетителю или партнеру.

Прием «**ЗОЛОТЫЕ СЛОВА**», или искусство подачи комплиментов, позволяет настраивать собеседника на сотрудничество, вызывать положительные эмоции, создавать атмосферу доверия и взаимоуважения.

Прием «**ЗЕРКАЛО ОТНОШЕНИЙ**» включает в себя улыбку, доброжелательное выражение лица, что способствует положительному настрою, демонстрирует уважение к партнеру по общению и создает у него чувство уверенности.

Прием «**ТЕРПЕЛИВЫЙ СЛУШАТЕЛЬ**» означает терпеливое и внимательное выслушивание проблем собеседника. В результате удовлетворяется важнейшая потребность в самоутверждении, что ведет к образованию положительных эмоций и создает доверительное расположение собеседника.

Прием «**ВЕС**» удовлетворяет потребность человека в значимости и смягчает возникающее напряжение во время беседы. Использование данного приема предусматривает необходимость говорить партнеру о его значимости для вас и об уважении к нему.

Прием **«ПОИСК ПОЗИТИВНОГО»** показывает вашу мудрость и диалектичность, позволяет увидеть проблему системно как с позитивной, так и с негативной стороны, тем самым ослабляет сопротивление партнера по общению. При использовании данного приема вы предлагаете партнеру посмотреть на предложения, которые он отвергает с другой позиции.

Использование техник общения позволяет избежать конфликтов с посетителями, а также сохранить благоприятный микроклимат в коллективе.

Успех в деловом общении, по мнению специалистов, во многом зависит от того, **как мы умеем учитывать интересы людей**, с которыми сталкиваемся в повседневной жизни, прежде всего коллег по учебе, работе. Мы приходим на службу или учебу, и нас окружают люди, у которых масса проблем. Кто-то озабочен своим здоровьем или здоровьем близкого человека; другого волнует ссора с девушкой (женой, подругой, другом); кого-то разволновал результат хоккейного (футбольного) матча; автолюбителя раздосадовала ситуация невозможности приобрести запчасти по низкой цене. Иными словами, у каждого человека своя неформальная, личностная тема. Надо ее только нащупать — и человек откликнется теплотой отношения к вам.

Американский педагог, писатель Д. Карнеги отмечал, что **необходимо говорить о том, что интересует вашего собеседника**. Однако недостаточно просто говорить о том, что интересует партнера по общению. По мнению того же Д. Карнеги, существует важнейший закон человеческого поведения, суть которого в следующем: всегда внушайте собеседнику сознание его значимости. При этом, показывая собеседнику свое отношение к нему как к уважаемому человеку, не следует льстить, тем более за счет унижения собственного достоинства. Вековой опыт психологии и педагогики говорит о том, что нужно опираться на положительное в человеке, тогда в ответ ты получишь человеческое отношение. Иллюстрацией этого может служить психологический закон «Эффект Пигмалиона», который говорит о том, что люди ведут себя в соответствии с тем, чего от них ожидают другие.

Вспомним миф Древней Греции о художнике Пигмалионе, который жил уединенно, избегая брака, так как презирал женщин из-за несовершенства, но однажды он сделал статую девушки необычайной красоты и полюбил ее. В глубине души он хотел, чтобы она была живая, могла разговаривать с ним, поэтому богиня любви Афродита оживила статую и подарила Пигмалиону красавицу-жену. «Эффект Пигмалиона» подтвержден многими экспериментами в психологии. Например, русская пословица гласит: «Говорите человеку каждый день, что он — свинья, он и захрюкает».

Иными словами, реакция людей адекватна нашим ожиданиям. Нередко мы уверены в изначально плохих намерениях нашего собеседника. Лучше, если мы будем видеть добрые намерения, а не подозревать партнеров в злых умыслах. Это поможет смягчить критику полученных нежелательных результатов.

Также в процессе общения не следует монополизировать разговор, т. е. превращать беседу в монолог. Французский моралист Ж. де Лабрюйер отмечал, что талантом собеседника отличается не тот, кто охотно говорит сам, а тот, с кем охотно говорят другие, и если после беседы с вами человек доволен собой, значит, он вполне доволен и вами.

На эффективность общения влияет выбор языковых средств общения. При этом необходимо ориентироваться на собеседника, на ситуацию, на официальность или неофициальность обстановки. Говорите с партнером на его языке — тогда вы поймете друг друга.

Постарайтесь подчеркнуть, что у вас с собеседником есть общее — это сделает ваши отношения более теплыми и доверительными. Общими у вас могут быть интересы, позиции, даже общие проблемы, и трудности помогают расположить к себе партнера по общению. Подчеркивание общности является древним правилом общения. Английский писатель Джозеф Редьярд Киплинг в

«Книге джунглей» сформулировал правило общности: «Мы с тобой одной крови, ты и я». При общении в центре внимания не должно стоять ваше «Я».

Специалисты рекомендуют быть скромным в самооценках, не навязывать собеседнику в категоричной форме свою позицию. Необходимо учиться вставать на точку зрения партнера.

Таким образом, в деловом общении важно все: что мы говорим и как. От того, как мы формулируем свое видение, зависит эффективность общения. Например, вместо формулировки: «Мне представляется данный вид подачи блюда интересным» — используйте: «Вас могла бы заинтересовать современная тенденция подачи блюда».

Вместо: «Сейчас я вам докажу» — «Сейчас вы можете убедиться, что...».

Поскольку общение является основным средством установления доверительных отношений собеседником, то культуре ведения деловой беседы необходимо учиться.

Но всегда помните, что никакие советы и правила не помогут, если вы не будете проявлять искренность и доброжелательность в общении; ни один совет не поможет, если вы не любите дело, которым занимаетесь и не проявляете уважительного отношения к собеседникам!

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Русская поэтесса Марина Цветаева говорила: «Одно дело слушать. А другое — слышать». Что вы понимаете под этим высказыванием применительно к своей профессиональной деятельности?
2. Раскройте сущность рефлексивного слушания.
3. Как часто в разговоре с друзьями вы используете приемы рефлексивного слушания? Раскройте содержание каждого приема.
4. Для чего нужны техники общения?
5. Ответьте на вопросы теста «*Умеете ли вы слушать?*».

«Умеете ли вы слушать?»

Инструкция. Вам предлагается ответить на 10 вопросов.

Ответ оценивайте баллами. За ответ:

- «Почти всегда» — 2 балла;
- «В большинстве случаев» — 4 балла;
- «Иногда» — 6 баллов;
- «Редко» — 8 баллов;
- «Почти никогда» — 10 баллов.

1. Стараетесь ли вы свернуть беседу в тех случаях, когда тема (или собеседник) не интересны вам?
2. Раздражают ли вас манеры вашего партнера по общению?
3. Может ли неудачное выражение другого человека спровоцировать вас на резкость или грубость?
4. Избегаете ли вы вступать в разговор с неизвестным или малознакомым человеком?
5. Имеете ли вы привычку перебивать говорящего?
6. Делаете ли вы вид, что внимательно слушаете, а сами думаете совсем о другом?
7. Меняете ли вы тон, голос, выражение лица в зависимости от того, кто ваш собеседник?
8. Меняете ли вы тему разговора, если собеседник коснулся неприятной для вас темы?
9. Поправляете ли вы человека, если в его речи встречаются неправильно произнесенные слова, названия, вульгаризмы?
10. Бывает ли у вас снисходительно-менторский тон с оттенком пренебрежения и иронии по отношению к тому, с кем вы говорите?

Обработка результатов. Подсчитайте сумму баллов. Чем больше баллов, тем в большей степени развито умение слушать. Если набрано **более 62 баллов**, то умение слушать — выше среднего уровня. Обычно средний балл слушателей 55. Если **оценка ниже**, то вам стоит последить за собой при разговоре.

10. ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА КАК ФОРМА ОБЩЕНИЯ

Деловая беседа является **специфической формой контактов между людьми, которые имеют полномочия от своих организаций**. В ходе деловой беседы происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения.

Деловая беседа имеет свои закономерности и традиции. Она требует тщательной подготовки и основывается на этических нормах и этикетных правилах.

Ведущим элементом в подготовке деловой беседы является **планирование**, т. е. определение цели встречи, разработка стратегии и тактики достижения цели. Рекомендуется продумать возможный ход предстоящей беседы, в роли будущего оппонента проверить действенность своих аргументов, логическую связь формулировок, спрогнозировать реакцию собеседника (собеседником может быть подчиненный, деловой партнер или коллега).

Немаловажное значение имеет **правильный выбор места проведения беседы**, при этом надо помнить, что в помещении не должны находиться посторонние лица, а интерьер помещения должен способствовать улучшению эмоционального состояния, снятию утомления и напряженности собеседников.

О беседе договариваются, как правило, за два-три дня. Это позволяет заранее предусмотреть возможное ее течение, продумать основные детали.

Деловая беседа включает в себя несколько **этапов**:

- начало;
- передача информации (изложение своей позиции, своего видения) и аргументирование;
- выслушивание доводов собеседника и реакция на них;
- принятие решения.

I. Начало беседы влияет на весь ее дальнейший ход. Поэтому начальный этап является важным, а в его задачи входит: установление контакта с партнером, создание благоприятной атмосферы взаимного доверия и уважения, а также привлечение внимания и пробуждение интереса к проблеме. Будет ли атмосфера встречи доброжелательной и деловой, зависит не только от пунктуальности руководителя (ведь посетитель, прождавший с полчаса в приемной, вряд ли будет дружески настроен).

С целью ведения **беседы на равных** рекомендуется разговор вести не за рабочим столом. Хороший хозяин (руководитель организации) всегда предложит гостю чай или кофе, а в жаркое время — прохладительные напитки.

Во время разговора **не рекомендуется посматривать на свои часы**, так как это считается неприличным и может собеседником восприниматься как сигнал к окончанию беседы.

Также во время беседы **не рекомендуется смотреть по сторонам, не перекладывать бумаги**. Научиться слушать собеседника и не отвлекаться на посторонние мысли — залог успеха при ведении беседы.

К партнеру по общению лучше *обращаться по имени-отчеству* и в ходе дальнейшего разговора повторить это несколько раз. Американский специалист в области человеческих

отношений Д. Карнеги утверждал, что **имя человека — это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке**. Рекомендуется *ободрить собеседника и расположить его к себе первыми фразами и вопросами*, которые могут не иметь прямого отношения к теме разговора.

В начале беседы важным сигналом установления контакта служит *встреча глазами*, поскольку взгляд является сильным средством невербального общения. Вообще, умение читать невербальные сигналы в поведении собеседника может значительно облегчить понимание партнера.

С самого начала **беседа должна принять форму диалога**. Очень важно не перебивать собеседника, предоставить ему возможность высказывать свои мысли, при этом вести себя естественно, быть честным, не заигрывать с собеседником и не заискивать перед ним.

Кроме того, рекомендуется следить за своей интонацией и мимикой; не хмурить брови и не кусать губы. Не следует демонстрировать своего негодования по поводу высказанного мнения, но и не проявлять излишние эмоции в случае совпадения ваших точек зрения и позиций.

В течение беседы не рекомендуется употребление слов с двойным смыслом, а также не следует вести разговор в назидательном и поучительном тоне.

Ни при каких обстоятельствах не срывать на собеседниках свое плохое настроение. Доброжелательность, терпение и сосредоточенность помогут человеку раскрыться, особенно если он переполнен негативными эмоциями или застенчив и неуверен в себе.

II. В **ходе беседы** рекомендуется использовать краткие, нейтральные реплики: «Продолжайте, очень интересно!», «Понимаю вас», — которые снимают напряженность и помогают продолжать беседу, а также уточняющие реплики: «Что вы имеете в виду?», «Как вы считаете?» и т.п., — помогающие вести беседу в нужном направлении.

Разговор с деловым партнером, с коллегой или подчиненным **исключает проявление любой бестактности**: пренебрежительного тона, обрывание собеседника на полуслове, демонстрации своего превосходства.

III. На **завершающем этапе деловой беседы** принимается окончательное решение, которое излагается ясно, четко, убедительно. Финал беседы должен стимулировать реализацию принятых решений и заложить основу для дальнейших встреч.

Необходимо поблагодарить партнера за беседу и выразить уверенность в успешности будущего сотрудничества. Психологи подчеркивают значимость прощального взгляда, когда хозяин кабинета задерживает взгляд на собеседнике, демонстрируя внимание к партнеру и заинтересованность в дальнейшем сотрудничестве с ним.

Рассмотрим некоторые важные моменты, которые возникают во время деловой беседы.

Иногда приходится отказать в просьбе. Как это сделать? Не лучшим считается вариант, если сказать прямо: «К сожалению, это сделать для вас мы не сможем». Постарайтесь объяснить причину отказа: «Такое решение мы принять не можем, поскольку это противоречит концепции нашего ресторана» или «Включение в меню предлагаемого вами блюда может принести убытки нашему кафе» и т.п., но обязательно следует говорить правдоподобно и убедительно.

Если вынуждены отвечать на вопрос, **ответа на который не знаете, не стесняйтесь об этом прямо сказать**. Хотя правила этикета обязывают поступить следующим образом: «Я полагаю, что господин Иванов мог бы ответить на ваш вопрос». В этом случае вы сразу же связываетесь с господином Ивановым, позвонив по телефону, если такой возможности нет, то скажите своему собеседнику, что свяжитесь с ним позже и ответите на интересующий его вопрос.

В деловом разговоре могут возникать темы, **которых не хотелось бы касаться**. Как обойти ее стороной? В данной ситуации можно сослаться на личные обстоятельства или сказать, что

решение по данному вопросу вашей организацией окончательно не принято: «К сожалению, я не могу (не имею права) обсуждать данный вопрос (проблему). Надеюсь, вы меня правильно поймете».

ВИДЫ ВОПРОСОВ

Вопросы, которые задаются в ходе беседы, **бывают открытыми и закрытыми.**

Закрытые вопросы требуют односложного ответа «да» или «нет». Например, «Вы согласны с данным решением?». Постановка таких вопросов затрудняет течение беседы, поскольку собеседник не раскрывается. Закрытые вопросы дают возможность одной стороне сохранять инициативу, что может не понравиться партнеру по деловой беседе, и это неудовольствие может иметь решающее значение при принятии окончательного решения. Поэтому такими вопросами рекомендуется пользоваться нечасто и обоснованно, например, когда возникают трудности при получении информации от собеседника по поводу согласия с тем или иным предложением, а также в случае, если необходимо сузить выбор вариантов решения для партнера, например: «Вы согласны действовать так, как мы предлагаем?».

Открытые вопросы требуют развернутого ответа и позволяют отвечать по-разному. Классическим открытым вопросом является: «Что вы думаете по этому поводу?». Однако при постановке вопроса таким образом **есть вероятность потери инициативы ведения беседы.** Но есть положительные моменты: поскольку противоположная сторона получает возможность высказывать свое мнение без ограничений и открыто, **можно полнее представить ее точку зрения и точнее спрогнозировать свое поведение.**

Риторический вопрос. С его помощью не собираются получать ответ, лишь воздействуют на эмоции и чувства собеседника с целью склонить его к желаемому для вас решению.

В ходе беседы используют **радикальные вопросы**, т. е. вопросы, ответы на которые могут изменить ход беседы и принятие решения обеими сторонами. Например: «Какое решение вы принимаете по нашему предложению?» Как видим, вопрос поставлен прямо, следовательно, получаем прямой ответ, однако есть риск получить неблагоприятный ответ, а значит, будет труднее склонить противоположную сторону к согласию. **В этой связи рекомендуется по возможности избегать такой постановки вопроса,** даже если вы почувствовали негативное отношение со стороны собеседника к выдвинутому предложению.

Вопрос, подавляющий сопротивление. Желая убедить собеседника в чем-либо, не совсем для него приятном или приемлемом, в том, с чем он будет не согласен (как вы этого ожидаете), свое маловыгодное или малопримлемое утверждение задайте в форме вопроса, например: «Вы ведь не досконально знакомы с результатами деятельности ресторана, не так ли?» В этом случае вашему собеседнику нужно быть смелым человеком, чтобы дать утвердительный ответ: «Нет, вы ошибаетесь, я знаком с деятельностью досконально».

Как известно, беседа не всегда протекает удачно и конструктивно, поскольку в процессе общения можно столкнуться с различными преградами, которые связаны с непониманием собеседника. Беседа перестает быть спокойной и перерастает в конфронтацию. **Специалисты рекомендуют не идти по пути речевой конфронтации, даже если ваши взгляды разошлись окончательно. Беседу всегда необходимо заканчивать на позитивной позиции, подобрав доброжелательные выражения, также допустима юмористическая окраска речи.** Однако всегда

необходимо внимательно выслушивать собеседника, в ходе беседы не забывать о «золотом правиле» нравственности, владеть культурой речи и следить за соответствующим внешним видом.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Почему деловую беседу нельзя проводить спонтанно?
2. Докажите, за счет чего начальный этап беседы во многом определяет ее успешность.
3. Что категорически не рекомендуется делать во время беседы?
4. Раскройте сущность каждой формы вопросов, задаваемых в ходе беседы.

11. АРГУМЕНТАЦИЯ

В ходе беседы партнеры неоднократно прибегают к аргументированию своих доводов. В профессиональной деятельности вам также придется прибегать к аргументам. Что такое аргумент?

Аргумент (от лат. «довод, доказательство»). Аргументы необходимы для защиты своих взглядов и намерений как в деловой, так и в личной жизни. При аргументации следует обращать внимание на два факта: умение хорошо говорить и умение убеждать.

Аргументы различают по степени воздействия на ум и чувства людей и подразделяют на три группы: сильные, слабые и несостоятельные аргументы. Причем сила (слабость) определяется не с позиции говорящего, а с позиции лица, принимающего решение.

Сильные аргументы невозможно опровергнуть, разрушить. Они не вызывают критики, их нельзя не учитывать, не принимать во внимание. Это:

- точно установленные факты и суждения, вытекающие из них;
- законы, руководящие документы, уставы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни;
- выводы, подтвержденные экспериментом;
- заключение экспертов;
- цитаты из книг, признанных в той сфере авторитетов;
- статистическая информация, если сбор и обработка данных проводились профессионалами-статистами.

Слабые аргументы вызывают сомнение; к ним относятся:

- умозаключения, основанные на разрозненных фактах;
- уловки и суждения, построенные на алогизмах (алогизм — прием для разрушения логики мышления, применяется чаще всего в юморе);
- ссылки (цитаты) на неизвестные или малоизвестные собеседнику авторитеты; и аналогии и непоказательные примеры;
- доводы личного характера;
- афоризмы, изречения;
- доводы, обобщения, сделанные на основе догадок, ощущений;
- неполная статистическая информация, на основе которой делается вывод.

Несостоятельные аргументы позволяют разоблачить, дискредитировать собеседника, использовавшего их. Это:

- суждения на основе подтасованных фактов;
- ссылки на непроверенные источники;
- потерявшие силу решения;
- догадки, домыслы, предположения;
- посулы и обещания, выдаваемые авансом;
- выводы, сделанные из фиктивных документов. При аргументации **рекомендуется:**

- использовать доводы, которые понимаются собеседниками одинаково;
- если довод не принимается, не настаивать на нем в ходе дальнейшего разговора;
- лучше подчеркнуть важность и значимость сильных доводов партнера по общению, оценить правильное их понимание;
- свои аргументы, не связанные с тем, что говорил партнер, приводите после того, как ответили на его доводы;
- принимать решение без спешки.
- старайтесь соизмерять темп аргументаций с особенностями темперамента партнера;
- помните, что излишняя убедительность всегда вызывает отпор, так как превосходство партнера в споре всегда обидно;
- приведите один-два ярких, сильных аргумента и, если получили желаемый результат, ограничьтесь этим.

При использовании аргументов продумывайте их заранее. На партнеров не следует обрушивать самые сильные аргументы. Помните, лучше запоминается то, что сказано в конце беседы, поэтому самое весомое и существенное оставьте на конец разговора.

В литературе описаны **законы аргументации и убеждения**. Рассмотрим некоторые из них.

Закон встраивания. Аргументы следует встраивать в логику рассуждений партнера, а не излагать их параллельно, не ломать логику собеседника.

Закон минимализации аргументов. Человеческое восприятие ограничено, поэтому для убедительности число аргументов следует ограничить до трех-четырех.

Закон объективности и доказательности. В качестве аргументов используйте те, что принимает ваш собеседник. Не путайте факты и мнения.

Закон диалектичности (единства противоположностей). Говорите не только о плюсах своих доказательств или предположений, но и о минусах. Это обезоруживает оппонента и придает вашим аргументам больший вес.

Закон демонстрации равенства и уважения. При аргументации демонстрируйте уважение к партнеру и его позиции. Ведь «друга» убедить легче, чем «врага».

Закон постепенности. Не стремитесь быстро переубедить партнера. Лучше это делать постепенно и последовательно.

Закон этичности. В процессе аргументации не допускается неэтичное поведение: агрессия, высокомерие, обман, манипуляции. Всегда помните о «золотом правиле» нравственности.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Дайте классификацию аргументам.
2. Определите значение аргументов для принятия решений.
3. Какие законы аргументации вам известны и для чего они служат?

12. ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

После окончания профессионального образовательного учреждения вы будете специалистами профессионального дела. Сейчас вы студенты, и если представить, что завтра вам предстоит публичное выступление, то многие из вас начнут волноваться и размышлять: что говорить, как говорить, будут ли слушать. Такое волнение может быть вызвано тем, что вы:

- нечетко осознаете цели выступления и пути ее достижения;
- опасаетесь оговориться, допустить оплошность;
- боитесь негативной реакции аудитории;
- вспоминаете о прежних неудачных выступлениях;

- не умеете держаться или говорить перед аудиторией;
- не умеете выражать свои мысли в логической последовательности.

Для того чтобы преодолеть тревожные ощущения, к выступлению необходимо готовиться. Вот некоторые **рекомендации**.

1. Определите цель речи.
2. О своих слушателях постарайтесь заранее узнать как можно больше (установите соотношение мужчин и женщин; возрастное соотношение; социальный статус и т.п.).
3. Определите содержание публичного выступления.
4. Составьте план и распределите материал в логической последовательности.
5. Литературно обработайте речь.
6. Заучите текст речи, поскольку выступающий не может чувствовать себя уверенно и управлять вниманием аудитории, пока он неотрывно смотрит на текст речи (**историческая заметка Петра I «Указую боярам в Думе говорить по ненаписанному, дабы дурь каждого видна была»**),
7. Произнесите речь вслух, поработайте над интонацией.
8. Работайте над невербальными средствами общения (мимика, жесты, взгляд). Но помните, что излишняя жестикуляция отвлекает внимание аудитории.

Таким образом, в публичной речи важно все: содержание, интонация, манера изложения, невербальные средства общения.

Интонация — важная составляющая публичного выступления, поскольку около половины информации передается через интонацию. Не секрет, что одни и те же слова, сказанные по-разному, могут привести к противоположному результату.

Компоненты интонации проявляются в двух аспектах: коммуникативном и эмоциональном.

В речи избегайте монотонности; говорить следует ясно и отчетливо. Эмоциональность выступления должна соответствовать его содержанию.

Максимальная эффективность выступления достигается при гармонизации мысли и слова. Общеизвестно, кто логически мыслит, тот четко и ясно говорит. Демагогия, пространные рассуждения, многословие наводят скуку, а длинные предложения раздражают аудиторию. Лаконичность и выразительность речи способствуют удержанию внимания слушателей.

Успех публичного выступления во многом зависит от культуры речи, ее богатства и информационной насыщенности. Специалисты в сфере ораторского искусства не рекомендуют злоупотреблять иностранными, а также устаревшими или напыщенными словами. Неграмотно построенные фразы, ошибки в произношении свидетельствуют о низкой культуре выступающего. Доверие и внимание слушающих могут вызвать вовремя сказанные шутка, поговорки и пословицы. Информативным дополнением к выступлению является иллюстрация (схемы, графики, диаграммы и т.п.).

Важна имидж выступающего, который складывается из манеры поведения (мимика, жесты, позы) и манеры одеваться, причесываться, использовать косметику. Психологи отмечают, что первоначальное впечатление о человеке складывается за первые 90 секунд. Человек оценивается не по тому, что он собой представляет на самом деле, а по тому, как воспринимается аудиторией. Неряшливый вид, беспорядок в одежде, пренебрежение правилами гигиены или неумелое пользование косметикой, а также чрезмерное использование украшений являются ярким свидетельством неуважительного отношения к себе и слушателям. Экстравагантная одежда,

разнообразие украшений могут отвлечь внимание аудитории и свидетельствуют о невысоком уровне культуры.

Основное правило, которое необходимо соблюдать при выборе одежды, причёски и макияжа, — это умеренность, сдержанность, а также соответствие внешнего вида сезону, времени и обстановке.

Внимательно относитесь к невербальным средствам общения. Жесты, позы и мимика должны исключать крайности.

Не рекомендуется расхаживать по аудитории, переступать с ноги на ногу, постукивать пальцами по трибуне (кафедре). Не следует излишне жестикулировать, дотрагиваться до лица и поправлять волосы. Простые и сдержанные жесты помогут расставить необходимые акценты в речи. Если вам предстоит выступать на трибуне, то выходить следует с расслабленными плечами. Обведите аудиторию взглядом, так как визуальный контакт усиливает влияние на партнеров по общению. Для контроля за реакцией аудитории можно выбрать несколько человек, однако нельзя сосредоточивать свое внимание только на них. Целесообразно в аудитории выделить несколько групп и попеременно поддерживать с ними визуальный контакт.

Выступающий не должен демонстрировать свое превосходство над аудиторией. Уместно сказать: «Вы, конечно, уже знаете» или «Вам известно мнение о...». Не стоит говорить: «Вы еще не знаете» или «Вряд ли вам известно мнение о...».

В публичном выступлении используют «эффект края», т.е. лучше запоминается информация, которая находится в начале и конце выступления. Поэтому у вас должно быть яркое вступление, способное заинтересовать слушателей, а также яркое заключение, содержащее выводы.

Если в процессе выступления вам возражают, то на реплику не реагируйте, пропустите ее или ответьте: «Спасибо за возражение, к нему я вернусь позже». Рекомендуется использовать тактику «Да, но...» или «В общем, я с вами согласен, но...».

Выступать в душном помещении не следует, поэтому необходимо заранее его проветривают.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что мешает чувствовать себя уверенным в ходе выступления?
2. Каким образом необходимо готовиться к выступлению?
3. Какие рекомендации специалистов следует соблюдать при подготовке к выступлению?
4. Подготовьте публичное выступление, используя рекомендации специалистов.

13. ЭТИЧЕСКИЕ НОРМЫ ОБЩЕНИЯ

ОДНИМ ИЗ РЕГУЛЯТОРОВ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ЯВЛЯЕТСЯ МОРАЛЬ. В ней выражены наши представления о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Мораль дает человеку возможность оценить поступки окружающих, понять и осмыслить, правильно ли он живет, к чему надо стремиться. Человек может выстраивать деловые отношения конструктивно, достигать определенных целей, если правильно понимает моральные нормы и опирается на них в деловых отношениях. ЕСЛИ ЖЕ ОН НЕ УЧИТЫВАЕТ МОРАЛЬНЫЕ НОРМЫ В ОБЩЕНИИ ИЛИ ИСКАЖАЕТ ИХ СОДЕРЖАНИЕ, ТО НАЛАЖИВАНИЕ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ СТАНОВИТСЯ НЕВОЗМОЖНЫМ ИЛИ ВЫЗЫВАЕТ ТРУДНОСТИ.

Кто же создал правила человеческого поведения? Почему одно поведение одобряется обществом, а другое — осуждается? На эти вопросы дает ответ этика.

ЭТИКА — ЭТО ОДНА ИЗ ДРЕВНЕЙШИХ ОТРАСЛЕЙ ФИЛОСОФИИ, НАУКА О МОРАЛИ (НРАВСТВЕННОСТИ). Термин «этика» (греч. «обычай, нрав») был введен Аристотелем, причем

этика считалась «практической философией», которая должна дать ответ на вопрос «Что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки?».

Первоначально термины «этика» и «мораль» совпадали. Но позже, с развитием науки и общественного сознания, за ними закрепились различное содержание.

МОРАЛЬ (ОТ ЛАТ. «НРАВСТВЕННЫЙ») - ОЗНАЧАЕТ СИСТЕМУ ЭТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ, КОТОРЫЕ ПРИЗНАЮТСЯ ЧЕЛОВЕКОМ. ОНА РЕГУЛИРУЕТ ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА ВО ВСЕХ СФЕРАХ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ: в труде и быту, в личных, семейных и международных отношениях.

Нормы морали получают свое идейное выражение в заповедях и принципах о том, как должно себя вести. ОДНО ИЗ ПЕРВЫХ В ИСТОРИИ ПРАВИЛ НРАВСТВЕННОСТИ ФОРМУЛИРУЕТСЯ ТАК: «ПОСТУПАЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К ДРУГИМ ТАК, КАК БЫ ТЫ ХОТЕЛ БЫ, ЧТОБЫ ОНИ ПОСТУПАЛИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ТЕБЕ». Это правило появилось в VI—V вв. до н. э. одновременно и независимо друг от друга в различных культурных регионах: Вавилоне, Китае, Индии, Европе. Впоследствии оно стало именоваться «ЗОЛОТЫМ», так как ему придавалось большое значение. В наши дни оно остается актуальным, и всегда надо помнить, что человек становится человеком только тогда, когда он утверждает человеческое в других людях. Потребность относиться к другим, как к самому себе, возвышать себя через возвышение других и составляет основу морали и нравственности.

ОДНИМ ИЗ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ЯВЛЯЕТСЯ НРАВСТВЕННОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ. ОНО ОПИРАЕТСЯ НА ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ МОРАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ И НОРМЫ — уважение человеческого достоинства, честь, благородство, совесть, чувство долга и др.

СОВЕСТЬ — ЭТО МОРАЛЬНОЕ ОСОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКОМ СВОИХ ДЕЙСТВИЙ, БЛАГОДАРЯ ЧЕМУ МЫ КОНТРОЛИРУЕМ СВОИ ПОСТУПКИ И ДАЕМ ОЦЕНКУ СВОИМ ДЕЙСТВИЯМ. Совесть самым тесным образом связана с долгом.

ДОЛГ — ЭТО ОСОЗНАНИЕ ДОБРОСОВЕСТНОГО ИСПОЛНЕНИЯ СВОИХ ОБЯЗАННОСТЕЙ (ГРАЖДАНСКИХ И СЛУЖЕБНЫХ). Например, при нарушении долга, благодаря совести, человек несет ответственность не только перед другими, но и перед собой.

Для морального облика человека огромное значение имеет **ЧЕСТЬ**, которая **ВЫРАЖАЕТСЯ В ПРИЗНАНИИ МОРАЛЬНЫХ ЗАСЛУГ ЧЕЛОВЕКА, В РЕПУТАЦИИ**. Честь офицера, честь бизнесмена, рыцарская честь — именно она требует от человека поддерживать репутацию социальной или профессиональной группы, к которой он принадлежит. Честь обязывает человека добросовестно трудиться, быть правдивым, справедливым, признавать свои ошибки, быть требовательным к себе.

ДОСТОИНСТВО ВЫРАЖАЕТСЯ В САМОУВАЖЕНИИ, В ОСОЗНАНИИ ЗНАЧИМОСТИ СВОЕЙ ЛИЧНОСТИ; ОНО НЕ ПОЗВОЛЯЕТ ЧЕЛОВЕКУ УНИЖАТЬСЯ, ЛЬСТИТЬ И УГОДНИЧАТЬ РАДИ СВОЕЙ ВЫГОДЫ. Однако чрезмерное чувство собственного достоинства не очень украшает человека.

СПОСОБНОСТЬ ЛИЧНОСТИ БЫТЬ СДЕРЖАННОЙ В ОБНАРУЖЕНИИ СВОИХ ДОСТОИНСТВ НАЗЫВАЕТСЯ СКРОМНОСТЬЮ. Человеку, который что-то стоит, нет нужды выставлять напоказ свои достоинства, набивать себе цену, внушать окружающим представление о собственной незаменимости.

Неотъемлемой частью деловых отношений является **БЛАГОРОДСТВО**. Благородный **ЧЕЛОВЕК ВЕРЕН СВОЕМУ СЛОВУ, ЕСЛИ ДАЖЕ ОНО ДАНО ВРАГУ**. Он не позволит грубость по отношению к малоприятным для него людям, не будет злословить о них в их отсутствие. Благородство не требует огласки и благодарности за помощь и сочувствие.

Профессиональными моральными нормами были и остаются вежливость, предупредительность, тактичность, трудолюбие.

ВЕЖЛИВОСТЬ — ЭТО ВЫРАЖЕНИЕ УВАЖИТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К ДРУГИМ ЛЮДЯМ, ИХ ДОСТОИНСТВУ. В основе вежливости лежит доброжелательность, которая проявляется в приветствиях и пожеланиях. Например, мы желаем доброй ночи, доброго утра, успехов, здоровья и т.п. Вежливый человек — это предупредительный человек, он стремится первым оказать любезность, первым уступит место в транспорте, подержит дверь.

Сродни вежливости нравственная норма — **КОРРЕКТНОСТЬ**, КОТОРАЯ ОЗНАЧАЕТ УМЕНИЕ ДЕРЖАТЬ СЕБЯ В РАМКАХ ПРИЛИЧИЯ В ЛЮБЫХ СИТУАЦИЯХ, И ОСОБЕННО В КОНФЛИКТНЫХ. Корректное поведение проявляется в умении выслушать партнера, в стремлении понять его точку зрения. Вежливость обуславливается тактом и чувством меры. Быть **ТАКТИЧНЫМ** — ЗНАЧИТ УМЕЛО СДЕЛАТЬ ЗАМЕЧАНИЕ, НЕ УНИЖАЯ ДОСТОИНСТВО ЧЕЛОВЕКА, предоставить ему возможность выйти, из затруднения с честью.

14. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА – ЭТО СОВОКУПНОСТЬ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ И НОРМ ПОВЕДЕНИЯ, ПОДДЕРЖИВАЮЩИХ МОРАЛЬНЫЙ ПРЕСТИЖ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП В ОБЩЕСТВЕ. Так же в понятие профессиональная этика входит СОВОКУПНОСТЬ МОРАЛЬНЫХ НОРМ, КОТОРЫЕ ОПРЕДЕЛЯЮТ ОТНОШЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА К СВОЕМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ ДОЛГУ.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА РЕГУЛИРУЕТ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЛЮДЕЙ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ.

К некоторым видам профессиональной деятельности общество предъявляет повышенные моральные требования, высокую квалификацию при исполнении своих профессиональных обязанностей. Это профессии из сфер сервиса, транспорта, здравоохранения, управления, воспитания и им подобных, так как объектами деятельности этих профессиональных групп являются люди.

КАЖДЫЙ ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ СВОЕОБРАЗИЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИМЕЕТ СВОИ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МОРАЛИ. НАПРИМЕР, ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ВОИНСКОЙ СЛУЖБЫ ТРЕБУЕТ ЧЕТКОГО выполнения служебного долга, мужества, дисциплинированности, преданности Родине. Своеобразие медицинской этики ориентировано на здоровье человека, его улучшение и сохранение. Однако **ЛЮБАЯ СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ НЕВОЗМОЖНА БЕЗ УЧЕТА ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ И ЭТИЧЕСКИХ НОРМ.**

В ОСНОВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ЛЕЖАТ ОПРЕДЕЛЕННЫЕ НОРМЫ, ТРЕБОВАНИЯ И ПРИНЦИПЫ.

ПРИНЦИПЫ – ЭТО АБСТРАГИРОВАННЫЕ, ОБОБЩЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ, КОТОРЫЕ ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ тем, кто на них опирается, **ПРАВИЛЬНО ФОРМИРОВАТЬ СВОЕ ПОВЕДЕНИЕ**, свои действия в деловой сфере. Принципы дают конкретному работнику в любой организации этическую платформу для решений, поступков, действий, взаимодействий и т.п.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ

Сущность **ПЕРВОГО ПРИНЦИПА** ИСХОДИТ ИЗ ТАК НАЗЫВАЕМОГО **ЗОЛОТОГО СТАНДАРТА**: «В рамках служебного положения никогда не допускать по отношению к своим подчиненным, к руководству, к коллегам, к клиентам и т.п. таких поступков, каких бы не желал видеть по отношению к себе».

ВТОРОЙ принцип: ТРЕБУЕТ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО ИСПРАВЛЕНИЯ ЭТИЧЕСКОГО НАРУШЕНИЯ независимо от того, когда и кем оно было допущено.

ТРЕТИЙ принцип – принцип максимума прогресса: служебное поведение и ДЕЙСТВИЯ сотрудника ПРИЗНАЮТСЯ ЭТИЧНЫМИ, ЕСЛИ ОНИ СПОСОБСТВУЮТ РАЗВИТИЮ ОРГАНИЗАЦИИ (или ее подразделений) С МОРАЛЬНОЙ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ.

ЧЕТВЕРТЫЙ принцип – этичным является ТЕРПИМОЕ ОТНОШЕНИЕ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ К МОРАЛЬНЫМ УСТОЯМ, традициям и пр., имеющим место в других организациях, регионах, странах.

ПЯТЫЙ принцип – СТРЕМИТЬСЯ К БЕСКОНФЛИКТНОСТИ, так как конфликт – благоприятная почва для этических нарушений.

Это не все принципы профессиональной этики, их много. Они должны служить основанием для выработки каждым работником любой фирмы собственной личной этической системы. Содержание этических кодексов фирм берет свое начало из принципов этики.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Сформулируйте «золотое правило» нравственности.
2. Как вы понимаете выражения: «сделано на совесть», «без зазрения совести», «будет на моей совести»?
3. Сформулируйте нормы и принципы профессиональной этики работников своей профессии

15. КОНФЛИКТЫ В ОБЩЕНИИ

ПОНЯТИЕ КОНФЛИКТА. ТИПЫ КОНФЛИКТОВ. КОНФЛИКТОГЕНЫ

Как известно, служебные отношения влияют на настроение людей, создают микроклимат в коллективе. Не секрет, что деловые отношения связаны с быстро меняющимися ситуациями, что, в свою очередь, может привести к возникновению конфликтов. Каждому из нас приходилось сталкиваться с конфликтными ситуациями. Как только возникает конфликт, так срабатывают наши эмоции, мы испытываем напряжение, дискомфорт и наносим вред своему здоровью и здоровью участников конфликта. Поэтому каждому человеку полезно иметь элементарные представления о конфликтах, способах достойного выхода из них и правилах поведения в конфликтных ситуациях. Знания и умения в разрешении конфликтной ситуации и недопущения конфликта на рабочем месте особенно актуальны для специалистов, работающих в тесном контакте с людьми.

КОНФЛИКТ И ЕГО СТРУКТУРА

Издавна конфликт был предметом изучения философов. Его природу пытались объяснить великие умы древнего мира. Например, древнекитайский мыслитель Конфуций в своих изречениях отмечал, что конфликты порождаются неравенством и несхожестью людей; нормальному общению вредят корысть и стремление к выгоде, упрямство и лживость. Поэтому он предлагал улучшать нравы, устранять пороки и избегать ссор. Древнегреческие философы Платон и Аристотель тоже огромное внимание уделяли изучению конфликтов (распрей), источнику их возникновения. Таким образом, философы древности стремились понять роль и значение конфликта в жизни людей. Они говорили о спорах, противоречиях и давали им различные оценки: одни полагали, что в спорах рождается истина, другие осуждали ссоры и рекомендовали их избегать.

Сегодня, так же как и раньше, остается множество вопросов, связанных с конфликтами, которые не нашли четких решений и единодушия ученых.

КОНФЛИКТ (ОТ ЛАТ. «СТОЛКНОВЕНИЕ») — ЭТО СТОЛКНОВЕНИЕ ПРОТИВОПОЛОЖНО НАПРАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ, ИНТЕРЕСОВ, ПОЗИЦИЙ, МНЕНИЙ, ТОЧЕК ЗРЕНИЙ, ВЗГЛЯДОВ ПАРТНЕРОВ ПО ОБЩЕНИЮ.

В психологии выделяют следующие ТИПЫ КОНФЛИКТОВ.

- **ВНУТРИЛИЧНОСТНЫЙ КОНФЛИКТ (ВК)** возникает из-за состояния НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ЧЕЛОВЕКА КАКИМИ-ЛИБО ОБСТОЯТЕЛЬСТВАМИ ЕГО ЖИЗНИ, связанного с наличием у него противоречащих друг другу интересов, стремлений, потребностей. *Например*, будучи хорошим семьянином (роль отца, матери, мужа, жены и т. п.), человек должен вечера проводить дома, а положение руководителя может обязать его задержаться на работе. *Или*: начальник цеха дал мастеру указание выпустить определенное количество деталей, а технический руководитель в то же самое время — произвести технический осмотр оборудования. Причиной первого конфликта является рассогласование личных потребностей и требований производства, а второго — нарушение принципа единоначалия. ВК МОГУТ ВОЗНИКАТЬ НА ПРОИЗВОДСТВЕ ВСЛЕДСТВИЕ ПЕРЕГРУЖЕННОСТИ РАБОТОЙ ИЛИ, НАПРОТИВ, ОТСУТСТВИЯ РАБОТЫ ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ НАХОДИТЬСЯ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ.

- **МЕЖЛИЧНОСТНЫЙ** конфликт является самым распространенным типом конфликта; он возникает между людьми ИЗ-ЗА НЕСОВМЕСТИМОСТИ ИХ ВЗГЛЯДОВ, ИНТЕРЕСОВ, ЦЕЛЕЙ, ПОТРЕБНОСТЕЙ.

- **МЕЖГРУППОВОЙ** конфликт происходит ВСЛЕДСТВИЕ СТОЛКНОВЕНИЯ ИНТЕРЕСОВ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП.

- **КОНФЛИКТ МЕЖДУ ГРУППОЙ И ЛИЧНОСТЬЮ** проявляется как ПРОТИВОРЕЧИЕ МЕЖДУ ОЖИДАНИЯМИ ОТДЕЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ И СЛОЖИВШИМИСЯ В ГРУППЕ НОРМАМИ ПОВЕДЕНИЯ И ОБЩЕНИЯ.

Встречается КЛАССИФИКАЦИЯ конфликтов ПО:

- **ГОРИЗОНТАЛИ**, Т.Е. КОНФЛИКТЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ МЕЖДУ РЯДОВЫМИ СОТРУДНИКАМИ, которые не находятся в подчинении друг к другу;

- **ПО ВЕРТИКАЛИ** — они возникают МЕЖДУ ЛЮДЬМИ, НАХОДЯЩИХСЯ В ПОДЧИНЕНИИ ДРУГ К ДРУГУ;

- а также **СМЕШАННЫЕ** конфликты, в которых ПРЕДСТАВЛЕНЫ И ТЕ И ДРУГИЕ. 70 — 80 % СОСТАВЛЯЮТ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ И СМЕШАННЫЕ КОНФЛИКТЫ.

Возникновение конфликта возможно по разным причинам и обстоятельствам. Они могут являться результатом недостаточного понимания в процессе общения; неверных предположений по отношению к действиям собеседника, различий в планах и оценках.

ПРИЧИНАМИ КОНФЛИКТА могут быть:

- **ИНДИВИДУАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПАРТНЕРА** по общению;

- **НЕУМЕНИЕ (НЕЖЕЛАНИЕ) КОНТРОЛИРОВАТЬ СВОЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ;**

- **БЕСТАКТНОСТЬ** (ТАКТ – СПОСОБНОСТЬ ПОНЯТЬ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА И НЕ ДОПУСКАТЬ НЕПРИЯТНЫХ ДЛЯ НЕГО СИТУАЦИЙ).

- **ОТСУТСТВИЕ ЖЕЛАНИЯ ТРУДИТЬСЯ, ПОТЕРЯ ИНТЕРЕСА К РАБОТЕ**

Главную роль в возникновении конфликтов играют **КОНФЛИКТОГЕНЫ** — СЛОВА, ДЕЙСТВИЯ (ИЛИ БЕЗДЕЙСТВИЯ), СПОСОБСТВУЮЩИЕ ВОЗНИКНОВЕНИЮ И РАЗВИТИЮ КОНФЛИКТА. Сам по себе «конфликтоген-одиночка» не способен привести к конфликту. Для этого должна возникнуть «цепочка конфликтогенов» — их эскалация, т.е. когда на конфликтоген в наш

адрес мы стараемся ответить более сильным конфликтогеном, часто выбирая самый сильный из всех возможных.

Как же происходит обмен «любезностями»? Получив в свой адрес конфликтоген, «пострадавший» отвечает «обидой на обиду», чтобы компенсировать свой психологический проигрыш. При этом его ответ должен быть не слабее, поэтому для полной уверенности он делается с «запасом» (трудно же удержаться от соблазна проучить обидчика!). В результате сила конфликтогенов возрастает.

Выделяют три основных ТИПА КОНФЛИКТОГЕНОВ:

- 1) СТРЕМЛЕНИЕ К ПРЕВОСХОДСТВУ;
- 2) ПРОЯВЛЕНИЕ АГРЕССИИ;
- 3) ПРОЯВЛЕНИЕ ЭГОИЗМА.

Для того чтобы в процессе общения и взаимодействия с другими людьми ИЗБЕЖАТЬ КОНФЛИКТОГЕНОВ, рекомендуется:

- ПОМНИТЬ, ЧТО ЛЮБОЕ НЕОСТОРОЖНОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ МОЖЕТ СПРОВОЦИРОВАТЬ КОНФЛИКТ (за счет эскалации конфликтогенов);
- ПРОЯВЛЯТЬ ЭМПАТИЮ К СОБЕСЕДНИКУ. Для этого нужно войти в его положение, представить, как отзовутся в его душе ваши слова, действия и поступки;
- ПРОЯВЛЯТЬ ТЕРПИМОЕ ОТНОШЕНИЕ К МНЕНИЮ И ВЗГЛЯДАМ СОБЕСЕДНИКА И ПРИНИМАТЬ НЕСХОЖЕСТЬ ЕГО СУЖДЕНИЙ СО СВОИМИ.

Чтобы понять сущность конфликта и эффективно разрешить его, необходимо обратиться к одной из ФОРМУЛ КОНФЛИКТА:

КОНФЛИКТНАЯ СИТУАЦИЯ (КС) + ИНЦИДЕНТ(И) = КОНФЛИКТ (К),

где КС — это НАКОПИВШИЕСЯ ПРОТИВОРЕЧИЯ, создающие истинную причину конфликта;

И — это СТЕЧЕНИЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ (искры), которые являются поводом для конфликта;

К — это ОТКРЫТОЕ ПРОТИВОСТОЯНИЕ, являющееся следствием взаимоисключающих интересов и позиций.

РАЗРЕШИТЬ КОНФЛИКТ — ЭТО ЗНАЧИТ:

- УСТРАНИТЬ КС (конфликтную ситуацию)
- ИСЧЕРПАТЬ ИНЦИДЕНТ.

Однако, как показывает практика, в жизни встречается много случаев, когда по объективным причинам невозможно устранить конфликтную ситуацию. Следовательно, с целью избегания конфликта нужно проявлять осторожность и не создавать инцидента.

ПО СПОСОБУ РАЗРЕШЕНИЯ конфликты подразделяются на НЕПРОДУКТИВНЫЕ (ДЕСТРУКТИВНЫЕ) и ПРОДУКТИВНЫЕ (КОНСТРУКТИВНЫЕ):

НЕПРОДУКТИВНЫЕ конфликты — это конфликты, при которых РАЗРУШАЮТСЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ СВЯЗИ, РЕЗКО СНИЖАЕТСЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ, А РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ СТАНОВИТСЯ НЕВОЗМОЖНЫМ.

ПРОДУКТИВНЫЕ конфликты НЕ ВЫХОДЯТ ЗА РАМКИ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ И ПРЕДПОЛАГАЮТ ПЯТЬ СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ: соперничество, сотрудничество, компромисс, приспособление, избегание.

16. СТРАТЕГИЯ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТАХ

Продуктивные конфликты не выходят за рамки деловых отношений и предполагают пять стратегий поведения: соперничество, сотрудничество, компромисс, приспособление, избегание.

1. **СОПЕРНИЧЕСТВО** — это ОТКРЫТАЯ БОРЬБА ЗА СВОИ ИНТЕРЕСЫ. Данная стратегия используется тогда, когда человек обладает сильной волей, властью и достаточным авторитетом. Однако соперничество редко приносит долгосрочные результаты; тот, кто сегодня проиграл, впоследствии может отказаться от сотрудничества. Поэтому эта стратегия не может быть использована в личных, близких отношениях.

2. **СОТРУДНИЧЕСТВО** — ЭТО ПОИСК РЕШЕНИЯ, УДОВЛЕТВОРЯЮЩИЙ ИНТЕРЕСЫ ДВУХ СТОРОН. Такая стратегия ведет к успеху в делах и личной жизни, так как в процессе разрешения конфликта есть стремление к удовлетворению нужд всех. Специалисты рекомендуют начать реализацию этой стратегии с фраз: «Я хочу справедливого исхода для нас обоих», «Давайте посмотрим, что можно сделать, чтобы получить то, что мы оба хотим»...

Доказано, что при выигрыше двух сторон они более склонны исполнять принятые решения. Сотрудничество предполагает умение (желание) сдерживать свои эмоции, объяснять свои решения (аргументировать требования) и выслушивать другую сторону. При сотрудничестве происходит приобретение совместного опыта работы и вырабатываются навыки слушания.

3. **КОМПРОМИСС** — ЭТО УРЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗНОГЛАСИЙ ЧЕРЕЗ ВЗАИМНЫЕ УСТУПКИ. Такая стратегия эффективна тогда, когда обе стороны желают одного и того же, но точно знают, что одновременные, желания невыполнимы (например, желание занять одну и ту же должность). Как правило, компромисс позволяет хоть что-то получить, чем все потерять, и дает возможность выработать временное решение, если на выработку другого нет времени.

4. **ПРИСПОСОБЛЕНИЕ** представляет собой тенденцию к СГЛАЖИВАНИЮ ПРОТИВОРЕЧИЙ, ПОСТУПАЯСЬ СВОИМИ ИНТЕРЕСАМИ. Если нужда другого человека окажется более жизненно важной, чем ваша, а переживания — сильнее, то эта стратегия является единственной для разрешения конфликта. Стратегию приспособления используют, если: 1) вас не особо волнует случившееся, а предмет разногласия для вас не важен; 2) вы осознаете, что правда на вашей стороне; 3) вы чувствуете, что ваши шансы на победу минимальны; 4) вы считаете, что лучше сохранить добрые отношения с партнером, чем отстаивать собственную позицию.

5. **ИЗБЕГАНИЕ** — ЭТО СТРЕМЛЕНИЕ ВЫЙТИ ИЗ КОНФЛИКТА, НЕ РЕШАЯ ЕГО, не настаивая на своем, НО И НЕ УСТУПАЯ СВОЕГО. Данную стратегию рекомендуют использовать в случаях, когда одна из сторон чувствует, что не права, или считает, что нет серьезных оснований для продолжения контактов. Более того, уход или отсрочка позволяют предположить, что за это время ситуация может разрешиться сама собой или вы сможете ею заняться, когда будете обладать достаточной информацией или желанием разрешить ее.

ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ

Понятно, что ни одна стратегия поведения в продуктивном конфликте не может считаться лучшей, поэтому важно научиться эффективно использовать каждую из них, учитывая обстоятельства и ситуацию. По сути, нет хороших или плохих стратегий, а есть целесообразное или нецелесообразное их использование. Специалисты в области конфликтологии НЕ РЕКОМЕНДУЮТ следующее (правила поведения):

- КРИТИЧЕСКИ ОЦЕНИВАТЬ ПАРТНЕРА по общению;

- ДЕМОНСТРИРОВАТЬ СВОЕ ПРЕВОСХОДСТВО, принижая достоинства собеседника;
- ОБВИНЯТЬ И ПРИПИСЫВАТЬ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ТОЛЬКО СОБЕСЕДНИКУ;
- ИГНОРИРОВАТЬ ИНТЕРЕСЫ ПАРТНЕРА ПО ОБЩЕНИЮ и ставить на первое место свои интересы, потребности и выгоду;
- ВИДЕТЬ ВСЕ ТОЛЬКО СО СВОЕЙ ПОЗИЦИИ;
- УМЕНЬШАТЬ ЗАСЛУГИ ПАРТНЕРА и его вклад в общее дело и преувеличивать свои заслуги;
- ПРОЯВЛЯТЬ ГНЕВ, РАЗДРАЖЕНИЕ;
- ВЕСТИ БЕСЕДУ НА ПОВЫШЕННЫХ ТОНАХ;
- ЗАДЕВАТЬ БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ и уязвимые места партнера;
- ОБРУШИВАТЬ на партнера множество ПРЕТЕНЗИЙ, тем самым обвиняя его.

В ситуации конфликта всегда нужно помнить о «золотом правиле» нравственности, о соблюдении вежливости и тактичности. Подходить к разрешению проблем творчески. Рекомендуются увидеть в собеседнике лучшие качества и ориентироваться на положительное в человеке.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Раскройте сущность каждой стратегии поведения в продуктивном конфликте.
2. Какие правила поведения в конфликте вы можете взять себе на вооружение?
3. Что запрещено в конфликте?
4. Какая стратегия поведения в конфликте характерна для вас?

17. ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РЕАГИРОВАНИЕ В КОНФЛИКТАХ

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ РЕАГИРОВАНИЕ В КОНФЛИКТАХ ДЕМОНСТРИРУЕТ «ЛИЦО» ОБЩАЮЩИХСЯ: одни люди ведут себя сдержанно, другие впадают в гнев; одни начинают плакать, другие искать защиту и покровительство и т. п. При конфликте проявляются черты человека, о существовании которых он, возможно, не подозревал. Иными словами, КОНФЛИКТ СПОСОБЕН ПОКАЗАТЬ ВСЕ ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ЧЕЛОВЕКА. Причем эмоциональное реагирование и соответствующее поведение человека могут стать источником постоянных переживаний, тревог, поскольку наши эмоции заставляют нас действовать нерационально, т.е. в КОНФЛИКТЕ У ЧЕЛОВЕКА ДОМИНИРУЕТ НЕ РАЗУМ, А ЭМОЦИИ, что ведет к аффекту, когда сознание просто отключается и человек не отвечает за свои слова и действия.

ВАЖНО НАУЧИТЬСЯ УПРАВЛЯТЬ СОБСТВЕННЫМИ ЭМОЦИЯМИ, т.е. направлять их в нужное русло. Работа представителя сферы обслуживания относится к стрессовым, поэтому важна такая личная характеристика, как стрессоустойчивость, т. е. способность пережить стресс без нервных срывов и депрессий.

Конфликты нередко порождают такое эмоциональное состояние, в котором трудно делать выводы, мыслить, невозможно подойти грамотно к разрешению проблемы.

САМОРЕГУЛЯЦИЯ

При конфликтах большое значение для восстановления имеет САМОРЕГУЛЯЦИЯ, которая рассматривается, как УПРАВЛЕНИЕ СВОИМ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНЫМ СОСТОЯНИЕМ. Психоэмоциональное состояние достигается путем воздействия человека на самого себя с помощью

слов, мысленных образов, управления мышечным тонусом и дыханием. Приемы саморегуляции можно применять в любых ситуациях.

Специалисты в области конфликтологии разработали КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ. Ознакомимся с некоторыми правилами, представленными ниже.

КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ	СПОСОБЫ САМОРЕГУЛЯЦИИ
1. Дайте партнеру выпустить пар. 2. Сбивайте агрессию неожиданными приемами. 3. Не давайте партнеру отрицательных оценок. 4. Попросите сформулировать желаемый конечный результат и проблему как цепь препятствий. 5. Предложите партнеру (клиенту) высказать свои соображения по разрешению возникшей проблемы и свои варианты решения. 6. Дайте партнеру сохранить свое лицо. Не позволяйте себе распускаться и отвечать агрессией на агрессию. 7. Отражайте как эхо смысл высказываний и претензий. 8. Не бойтесь извиниться, если чувствуете свою вину. 9. Ничего не надо доказывать. 10. Замолчите первым. 11. Не характеризуйте состояние оппонента. 12. Выразите свое уважение	Естественные способы: длительный сон, еда, общение с природой и животными, массаж, занятие спортом, танцы, музыка и др. Доступные способы: - смех, улыбка, юмор, - размышления о хорошем, приятном (например: образ моря и солнца; - различные движения типа потягивания, расслабления мышц; - наблюдение за пейзажем, если вид из окна позволяет это); - рассматривание цветов в помещении, - вдыхание свежего воздуха во время обеденного перерыва. - если предоставляется возможность, сполосните руки холодной водой, умойтесь, повторите эту процедуру через 15-20 минут.

ПЛАН АНАЛИЗА КОНФЛИКТА:

1. Тип конфликта ПО УЧАСТИЮ ЛИЧНОСТИ (внутриличностный, межличностный, межгрупповой, между группой и личностью)
2. Тип конфликта ПО СТРУКТУРЕ (по вертикали, горизонтали, смешанный)
3. Причины (индивидуально-личностные особенности партнера, неумение (нежелание) контролировать свое эмоциональное состояние, потеря интереса к работе, бестактность)
4. Конфликтогены (слова, действия)
5. Тип конфликтогенов (стремление к превосходству; проявление агрессии; проявление эгоизма).
6. Что является конфликтной ситуацией (КС)
7. Что является инцидентом (И)
8. Стратегии поведения (соперничество, сотрудничество, компромисс, приспособление, избегание).
9. По способу разрешения (конструктивный, деструктивный).

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Раскройте содержание понятия «конфликт».
2. Какие типы конфликтов вы знаете? Раскройте сущность каждого типа.
3. Существует ли взаимосвязь между формулой конфликта и возможностью его разрешения?
4. Каким образом осуществляется контроль над эмоциональным состоянием?
5. Проведите анализ кодекса поведения в конфликте с позиции вашей будущей профессии.

18. ПОНЯТИЕ ГРУППЫ

Основа успеха любой коллективной деятельности — это отношения сотрудничества и взаимопомощи. ЧЕЛОВЕК, КАК БЫ ОН НИ БЫЛ САМОДОСТАТОЧЕН, НЕЗАВИСИМ И САМОСТОЯТЕЛЕН, НЕ МОЖЕТ ВЫРАЖАТЬ СЕБЯ, СВОЮ СУЩНОСТЬ ВНЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ.

Если обратиться к характеристике профессиональной деятельности, то специалист, работая в коллективе, обеспечивает его сплочение, мотивирует деятельность подчиненных, организывает и контролирует их работу принимая на себя ответственность за результат выполнения заданий.

ЧЕЛОВЕК ПОСТОЯННО ВКЛЮЧЕН В КАКУЮ-ЛИБО ГРУППУ. В начале жизни самой первой социальной группой для человека является семья. Именно в семье закладываются основы личности. Затем появляются учебные группы, объединения, дружеские компании и т. п. Человек реализует себя через трудовую деятельность в социальной группе.

Слово «группа» происходит от итальянского слова *gruppo*, что означает «связка». ГРУППА — ЭТО СОЦИАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ ЛЮДЕЙ, ОБЪЕДИНЕННЫХ НА ОСНОВАНИИ РЯДА ПРИЗНАКОВ, ОТНОСЯЩИХСЯ К СОДЕРЖАНИЮ СОВМЕСТНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ ИМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИЛИ ХАРАКТЕРУ ОБЩЕНИЯ.

Виды групп. В социальной психологии выделяют несколько разновидностей групп (классификация по определенному признаку):

1) УСЛОВНЫЕ И РЕАЛЬНЫЕ.

Условные группы людей объединяются по определенному признаку, выделенному исследователем (возраст, пол, профессия и др.).

Реальные группы — это группы людей, реально существующие как общности в определенном пространстве и времени и связанные между собой определенными объективными взаимоотношениями.

2) ПОСТОЯННЫЕ И ВРЕМЕННЫЕ.

Постоянные группы — группы, члены которых решают определенные задачи как часть своих должностных обязанностей; придают организации устойчивость.

Временные группы — группы, которые формируются для выполнения краткосрочных разовых задач.

3) БОЛЬШИЕ И МАЛЫЕ.

Большие группы — социальные общности людей, существующие в масштабах всего общества (страны) и выделенные на основе различных типов социальных связей, не предполагающие обязательных личных контактов. Примеры больших социальных групп: сословия, классы, социальные слои, этнические общности, возрастные группы (молодежь, пенсионеры), профессиональные группы (научное сообщество).

Малые группы (небольшое число людей, входящих в состав группы (от 2-3 до 20-30 человек) — немногочисленные по составу группы людей, объединенных совместной деятельностью и находящихся в непосредственном личном общении и взаимодействии. Примеры малых групп: семья, производственная бригада, компания друзей, школьный класс.

4) ФОРМАЛЬНЫЕ И НЕФОРМАЛЬНЫЕ. Формальная социальная группа — общность людей, которая создается и функционирует как субъект социального действия только в рамках официальных организаций. Формальная группа — это разновидность малой группы; поведение ее членов регламентируется официальными правилами и документами, социальными институтами. Примеры формальных социальных групп: научное общество, класс, спортивная команда, производственная бригада.

Неформальная социальная группа — группа людей, возникшая на основе межличностных отношений, общности личных интересов, увлечений (*в том числе создаваемые членами организации в соответствии с их взаимными симпатиями и антипатиями, общими интересами, одинаковыми увлечениями, привычками для удовлетворения социальных потребностей и общения людей*). Поведение членов группы не регламентируется, подчиняется неофициальным нормам и традициям. Примеры неформальных социальных групп: организации болельщиков спортивных команд, фан-клубы артистов и музыкальных коллективов.

Иногда используют для обозначения неформальных групп понятие «квазигруппы».

КВАЗИГРУППА — ЭТО МАЛОУСТОЙЧИВАЯ НЕФОРМАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ ЛЮДЕЙ, СВЯЗАННЫХ ОДНИМ ИЛИ НЕМНОГИМИ ТИПАМИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ. Квазигруппа не имеет четкой структуры, организации, системы норм и ценностей, однако при определенных обстоятельствах может превратиться в группу.

К квазигруппам относят аудиторию (совокупность людей, воспринимающих определенный вид информации — теле- или радиопередачу, концерт и т. п.), фан-группы спортивных команд или музыкальных коллективов, случайные скопления людей в публичных местах.

Индивид в составе квазигруппы подвержен ее влиянию, легко перенимает настроение и манеры поведения, преобладающие в группе, его действия могут принимать бессознательный и непредсказуемый характер. В социальной психологии это явление обозначают термином «эффект толпы».

ЖИЗНЬ ГРУППЫ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ СТАТИЧНОЙ, ОНА ДОСТАТОЧНО ПОДВИЖНА. Под влиянием внешних и внутренних причин в группе возникают изменения, которые сами по себе могут быть как небольшими и, соответственно, неспособными поставить под угрозу существование группы, так и значительными, которые ведут к нарушению равновесия и, как следствие, к распаду группы.

Рассматривая групповую динамику как процесс взаимодействия членов группы на основе взаимозависимости и взаимовлияния в целях удовлетворения как личных, так и групповых интересов и потребностей, можно сделать вывод, что с динамической точки зрения жизнь группы представляет собой чередование состояний равновесия и его нарушения. Практически В ЛЮБОЙ ГРУППЕ МОЖНО ОБНАРУЖИТЬ КАК СИЛЫ СПЛОЧЕНИЯ, КОТОРЫЕ ОКАЗЫВАЮТ СОПРОТИВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМ ГРУППЫ, ТАК И СИЛЫ РАСПАДА, ТОЛКАЮЩИЕ ЕЕ К ДЕФОРМАЦИИ.

Рассмотрим ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА РАБОТУ ГРУППЫ:

- МОТИВАЦИЯ, т. е. то, чего ждут члены группы;
- СТРУКТУРА ВЛАСТИ В ГРУППЕ (власть и авторитет отдельных членов группы и ее подгрупп);
- СЛОЖНОСТИ КОММУНИКАЦИИ (когда кто-то из членов группы остается непонятым);
- ОЩУЩЕНИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ИЛИ НЕПРИНАДЛЕЖНОСТИ к группе;
- ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЦЕЛИ ГРУППЫ (четкое или нечеткое);
- ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ;
- СВОБОДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК УСЛОВИЕ УСПЕХА ГРУППЫ.

19. ПОНЯТИЕ КОЛЛЕКТИВА

КОЛЛЕКТИВ — это ИТОГ РАЗВИТИЯ ГРУППЫ, ЕЕ ВЫСШАЯ СТАДИЯ. КОЛЛЕКТИВ (от лат. «собираательный») — ГРУППА, СОВОКУПНОСТЬ ЛЮДЕЙ, РАБОТАЮЩИХ В ОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, НА ОДНОМ ПРЕДПРИЯТИИ, ОБЪЕДИНЕННЫХ СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В РАМКАХ КАКОЙ-ЛИБО ОРГАНИЗАЦИИ.

В исследованиях, которые проводились в психологии по определению ХАРАКТЕРИСТИК КОЛЛЕКТИВА, были выделены показатели уровня его развития. К ним относятся:

- **СПЛОЧЕННОСТЬ** коллектива, которая рассматривается как психологическое единство людей в важных вопросах жизнедеятельности коллектива и проявляется в притяжении к нему участников, в стремлении защитить и сохранить его;
- **ОРГАНИЗОВАННОСТЬ** коллектива, выражающаяся в способности создавать и сохранять устойчивой свою структуру в ситуациях неопределенности, сочетая разнообразие мнений и форм инициативного поведения с единством действий его участников;
- **НАПРАВЛЕННОСТЬ** коллектива, которая отражает социальную ценность поставленных им целей, мотивов деятельности, ценностной ориентации и норм;
- **ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ**, которая выражается в способности коллектива к сопереживанию любым его членам;
- **СРАБОТАННОСТЬ КОЛЛЕКТИВА**, характеризующаяся степенью готовности его членов в случае необходимости самостоятельно согласовывать свои действия друг с другом без обращения к руководству;
- **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАТИВНОСТЬ**, которая рассматривается как способность создавать оптимальные пути взаимосообщения при определении общих позиций, принятии групповых решений.

ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА БОЛЬШОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИМЕЕТ ВСЕ, ЧТО СВЯЗАНО С ПРИЕМОМ, ПЕРЕДАЧЕЙ И ПЕРЕРАБОТКОЙ ИНФОРМАЦИИ, — КОММУНИКАЦИОННЫЙ. Коммуникации в организации представлены в виде сети каналов и путей, по которым в группе происходит обмен информацией.

Выделяют следующие ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ:

- **ФОРМАЛЬНЫЕ** — определяются организационной структурой предприятия. Они установлены административно в соответствии с должностной организационной структурой и связывают людей по вертикали и горизонтали внутри трудового коллектива. Чем больше уровней управления, тем выше вероятность искажения информации, так как каждый уровень управления может корректировать и отфильтровывать сообщения;
- **НЕФОРМАЛЬНЫЕ** — выходят за пределы организации и не совпадают с официально установленными ее администрацией. Например, канал распространения слухов;
- **ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ** — обмен информацией между различными отделами для согласования действий;
- **МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ** — устное общение людей в любом из перечисленных видов коммуникации.

Многие исследователи менеджмента в организациях выделяют два типа моделей коммуникационных сетей (централизованные и децентрализованные), по которым идут основные потоки информации.

В реальной жизни имеется еще большее разнообразие коммуникативных сетей и моделей. На основе их изучения американскими специалистами выявлены четыре типа «коммуникаторов» в пределах организации.

1. «Сторож» — сотрудник, который контролирует прохождение информации к другим сотрудникам организации. Обычно эту роль играют секретари, диспетчеры, операторы телефонных станций и т. п.
2. «Лидер мнений» — человек, оказывающий влияние на установки и поведение некоторых других людей. Чаще это неформальный лидер, мнения которого противоречат официальному.
3. «Связной» — человек, который служит связующим звеном между двумя и более группировками. Настоящий связной стремится дистанцироваться от каждой группировки, не примыкая к ним, чтобы более объективно передавать информацию.
4. «Пограничник» — человек, который имеет высокую степень связи с организационным окружением.

Американский психолог Дж. Морено, исследуя поведения людей в коллективе, выделил четыре ТИПА ПОВЕДЕНИЯ, которые отражают отношение члена группы к ее задачам, целям и обеспечивающим их нормам поведения.

1. ВНУТРИГРУППОВАЯ ВНУШАЕМОСТЬ — бесконфликтное, неосознаваемое принятие членом группы мнения группы, которое происходит совершенно некритично.
2. КОНФОРМНОСТЬ — осознанное внешнее согласие с мнением группы при внутреннем расхождении с ним. Конформизм — это подчинение собственного суждения или действия групповому давлению. Замечено, что уровень конформности зависит от возраста и пола человека. Например, женщины более конформны, чем мужчины.
3. НЕГАТИВИЗМ — человек во всем противится мнению группы, демонстрируя на первый взгляд крайне независимую позицию.
4. КОЛЛЕКТИВИЗМ — это тип поведения личности в коллективе, для которого характерно избирательное отношение к ее любым влияниям, к мнениям группы, продиктованное сознательным следованием ее общественно значимым целям и задачам.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Перечислите факторы, оказывающие влияние на работу группы.
2. Поясните суть коммуникационного процесса в организации.
3. Перечислите типы поведения в коллективе.

20. РУКОВОДСТВО И ЛИДЕРСТВО

В психологии управления различают руководство и лидерство, лидера и руководителя.

РУКОВОДСТВО — ЭТО ЧАСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОСРЕДСТВОМ КОТОРОЙ ФОРМИРУЮТСЯ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ЧЛЕНАМИ КОЛЛЕКТИВА И ИХ ПОВЕДЕНИЕ, КОТОРЫЕ СПОСОБСТВУЮТ ДОСТИЖЕНИЮ ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ). Руководство всегда связано с властью и, как правило, ЭТО СИСТЕМА ОФИЦИАЛЬНЫХ, ФОРМАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ.

ЛИДЕРСТВО СВЯЗАНО С СИСТЕМОЙ НЕФОРМАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ПОСТРОЕНО НА ВЛИЯНИИ АВТОРИТЕТНОГО ЧЕЛОВЕКА НА ПОВЕДЕНИЕ ЧЛЕНОВ ГРУППЫ.

РУКОВОДИТЕЛЬ НАЗНАЧАЕТСЯ, как правило, ВЫШЕСТОЯЩИМИ ИНСТАНЦИЯМИ, при этом получая от них определенные властные полномочия. Иными словами, руководитель при помощи власти имеет возможность сверху оказывать влияние на других людей.

Наукой и практикой подтверждено, что хороший руководитель владеет разнообразными методами влияния на поведение подчиненных в соответствии с ситуацией.

ЛИДЕР (от англ. «ведущий, первый, идущий впереди») — ЭТО ЧЕЛОВЕК КАКОЙ-ЛИБО ГРУППЫ, ПОЛЬЗУЮЩИЙСЯ БОЛЬШИМ, ПРИЗНАННЫМ АВТОРИТЕТОМ И ОБЛАДАЮЩИЙ ВЛИЯНИЕМ, которое проявляется как управляющее действие.

ЛИДЕР ВЫДВИГАЕТСЯ СТИХИЙНО, он не может быть предусмотрен штатным расписанием. Его выделяет окружение, поскольку признает за ним некоторые качества превосходства.

ТИПЫ ЛИДЕРОВ

В трудовом коллективе может быть несколько ТИПОВ ЛИДЕРОВ (кратко помечайте суть).

1. ДЕЛОВОЙ — тот, с кем хорошо работается, он лучше других знает суть дела и имеет опыт в решении задач. Он может организовать дело и обеспечить его успех, а также налаживает нужные деловые взаимосвязи.

2. ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ — это человек, к которому каждый может обратиться за сочувствием. Он обладает притягательностью и эмпатией (найти в предыдущих лекциях значение).

3. ИНФОРМАЦИОННЫЙ — эрудирован, может объяснить, оказать помощь в поиске информации. Человек, к которому все обращаются с вопросами.

4. СИТУАТИВНЫЙ — человек, который обладает личностными качествами, имеющими значение лишь в конкретной ситуации.

ЛИДЕРЫ ЕСТЬ В ЛЮБОМ КОЛЛЕКТИВЕ. Они заслуживают особого внимания, так как АКТИВНО ВЛИЯЮТ НА МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ В КОЛЛЕКТИВЕ.

Грамотный руководитель должен иметь представление о неформальной структуре своего коллектива, чтобы своевременно предотвращать конфликтные ситуации, иметь представление о тех, кто формирует общественное мнение в рабочей группе.

Несмотря на явные различия руководства и лидерства, они имеют немало общего. Р. Л. Кричевский выделяет следующие три общие черты.

1) руководитель и лидер выполняют роль координаторов, организаторов членов социальной группы;

2) руководитель и лидер осуществляют социальное влияние в коллективе, но только разными средствами;

3) руководитель и лидер используют субординационные отношения, хотя в первом случае они четко регламентированы, во втором — заранее не предусмотрены.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

Устно

1. Чем отличаются руководство и лидерство?
2. Выделите общие черты лидерства и руководства.
3. Какие типы лидеров вам известны?
4. С какими типами лидеров вы чаще всего встречались в своей жизни?

СТИЛИ УПРАВЛЕНИЯ

! Напоминаю, при написании конспекта слова можно сокращать, главное – чтобы Вы поняли, что написали. Можно короче формулировать предложение. Я выделяю основное – но, зачастую, это часть большого предложения. Составляйте его короче.

Опытный руководитель, как бы ни был высок его уровень подготовки, не может полагаться только на себя. Он привлекает к управленческой деятельности добросовестных и инициативных сотрудников. Выражение «Свита делает короля» актуальна, поскольку по окружению руководителя

можно судить о степени его таланта лидера. РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ КОЛЛЕКТИВА ВО МНОГОМ ЗАВИСЯТ ОТ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ, которое реализует руководитель.

СТИЛЬ РУКОВОДСТВА — ЭТО СОВОКУПНОСТЬ ПРИМЕНЯЕМЫХ РУКОВОДИТЕЛЕМ МЕТОДОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОДЧИНЕННЫХ, А ТАКЖЕ ФОРМА (манера, характер и т.д.) ИСПОЛНЕНИЯ ЭТИХ МЕТОДОВ.

Выделяют несколько стилей управления.

1. **АВТОРИТАРНЫЙ** (директивный, или диктаторский) стиль управления руководителя. Для него характерны ЖЕСТКОЕ, ЕДИНОЛИЧНОЕ ПРИНЯТИЕ ВСЕХ РЕШЕНИЙ И ПОСТОЯННЫЙ КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЙ С УГРОЗОЙ НАКАЗАНИЯ за не исполнительность, ОТСУТСТВИЕ ИНТЕРЕСА К СОТРУДНИКУ КАК К ЛИЧНОСТИ.

При авторитарном стиле руководства создается видимое единство управленческих действий для достижения поставленных целей;

ПЛЮСЫ (+)

- Постоянный контроль обеспечивает приемлемые результаты работы, например прибыль, ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ХОРОШЕЕ КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ.

- ВРЕМЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ МИНИМИЗИРУЕТСЯ, в малых организациях обеспечивается быстрая и своевременная реакция на изменение внешних условий.

НЕДОСТАТКИ (-)

Недостатками авторитарного стиля управления можно считать следующие:

- ОШИБОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ, ПОДАВЛЕНИЕ ИНИЦИАТИВЫ И ТВОРЧЕСТВА ПОДЧИНЕННЫХ, МЕДЛЕННОЕ ВВЕДЕНИЕ ИННОВАЦИЙ, ПАССИВНОСТЬ СОТРУДНИКОВ И НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЛЮДЕЙ СВОЕЙ РАБОТОЙ, и ПОЛОЖЕНИЕМ В КОЛЛЕКТИВЕ, отсутствие действенных стимулов труда, высокая степень зависимости работы группы от постоянного волевого давления руководителя.

- Авторитарный стиль управления способствует формированию неблагоприятного психологического климата в коллективе, который провоцирует стрессовую нагрузку, что, несомненно, наносит ВРЕД КАК ПСИХИЧЕСКОМУ, ТАК И ФИЗИЧЕСКОМУ ЗДОРОВЬЮ.

Этот стиль управления ЦЕЛЕСООБРАЗЕН И ОПРАВДАН В КРИТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЯХ (аварии, боевые военные действия, аврал и т.п.).

2. **ДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ** (коллегиальный) стиль управления.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ принимаются НА ОСНОВЕ ОБСУЖДЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ И УЧЕТА МНЕНИЙ И ИНИЦИАТИВ СОТРУДНИКОВ.

ВЫПОЛНЕНИЕ ПРИНЯТЫХ РЕШЕНИЙ КОНТРОЛИРУЕТСЯ И РУКОВОДИТЕЛЕМ, И СОТРУДНИКАМИ.

Практическая реализация демократического стиля возможна при высоких интеллектуальных, организаторских и коммуникативных способностях руководителя.

При этом стиле управления руководитель **ПРОЯВЛЯЕТ ИНТЕРЕС И ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОЕ ВНИМАНИЕ К ЛИЧНОСТИ** сотрудников, учитывает их интересы, потребности, а также индивидуальные особенности.

ПЛЮСЫ (+)

- Демократический стиль **ОБЕСПЕЧИВАЕТ ВЫСОКУЮ ВЕРОЯТНОСТЬ ПРАВИЛЬНЫХ И ПРОДУМАННЫХ РЕШЕНИЙ**, высокие производственные показатели.

- **СОТРУДНИКИ УДОВЛЕТВОРЕННЫ СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ И ЧЛЕНСТВОМ В КОЛЛЕКТИВЕ**, поскольку руководитель поощряет инициативу, активность сотрудников.

- Демократический стиль **СПОСОБСТВУЕТ ФОРМИРОВАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА И СПЛОЧЕННОСТИ КОЛЛЕКТИВА**;

- позволяет успешно решать инновационные, нестандартные задачи;

- стимулирует проявление инициативы и раскрытие творческого потенциала исполнителей.

ПРИМЕНИМ НЕ ПРИ ВСЕХ УСЛОВИЯХ

Однако демократический стиль руководства применим не при всех условиях. Он **УСПЕШНО СРАБАТЫВАЕТ В СТАБИЛЬНОМ, УСТОЯВШЕМСЯ КОЛЛЕКТИВЕ С ВЫСОКОЙ КВАЛИФИКАЦИЕЙ СОТРУДНИКОВ**, а также в экстремальных производственных условиях при наличии активных, инициативных, нешаблонно думающих и действующих работников.

3. ЛИБЕРАЛЬНЫЙ (попустительский, или нейтральный) стиль руководства характеризуется демократическим подходом, поскольку; **РЕШЕНИЯ ПРИНИМАЮТСЯ КОЛЛЕКТИВНО**. Коллективный способ принятия решений используется для уклонения от ответственности. **РУКОВОДИТЕЛЬ СТРЕМИТСЯ УЙТИ ОТ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИ ВАЖНЫХ РЕШЕНИЙ**.

ПЛЮСЫ (+)

Минимальная текучка

Возможность самовыражения и самореализации, все сотрудники могут высказывать свои позиции.

НЕДОСТАТКИ (-)

- **ОТСУТСТВИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**; незначительный контроль подчиненных и слабый контроль за принятыми решениями приводят к попустительству — все пущено на самотек.

- **РУКОВОДИТЕЛЬ РАВНОДУШЕН К КРИТИКЕ**

- Вследствие такого подхода к руководству **РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ** обычно **НИЗКИЕ**. У персонала **НЕТ СТИМУЛА ДОБРОСОВЕСТНО ТРУДИТЬСЯ**, отсутствует сотрудничество.

- **ВОЗМОЖНЫ СКРЫТЫЕ И ЯВНЫЕ КОНФЛИКТЫ**, в результате которых идет расслоение на конфликтующие подгруппы. В итоге — **НЕБЛАГОПРИЯТНЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ В КОЛЛЕКТИВЕ**.

Но есть определенные профессии (например, творческие коллективы), где такой стиль подойдет наилучшим образом — при нем работники лучше всего будут выполнять свою работу, и будут сохранять высокую лояльность к организации и ее руководителю. Задача либерального

руководителя в данном случае – обозначить цель и создать условия для ее достижения, оставив за подчиненными возможность самостоятельно находить пути решения.

Резюме. Эффективный руководитель знает себя, понимает ситуацию, выбирает стиль управления, адекватный ситуации и уровню подчиненных, в работе учитывает современные подходы к управлению, учитывает потребности группы, а также нужды каждого члена коллектива.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что такое стиль управления?
2. Какие стили управления вы знаете?.
3. Дайте сравнительную характеристику стилям управления, выделяя положительные стороны и отмечая негативные последствия того или иного стиля управления.

21. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ (СПК) В КОЛЛЕКТИВЕ

Социально-психологический климат (СПК) — это качественная сторона межличностных отношений, проявляющаяся в виде совокупности психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и всестороннему развитию личности в группе.

Отношения между коллегами в коллективе образуют сложную, изменяющуюся, взаимосвязанную систему.

Выделяют следующие ОТНОШЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВЕ:

■ ОТНОШЕНИЯ ПО ВЕРТИКАЛИ — это МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ СВЯЗИ, КОТОРЫЕ ОБРАЗУЮТСЯ МЕЖДУ РУКОВОДИТЕЛЯМИ И ПОДЧИНЕННЫМИ, ЛИДЕРАМИ И ОСТАЛЬНЫМИ ЧЛЕНАМИ КОЛЛЕКТИВА;

■ отношения ПО ГОРИЗОНТАЛИ — это МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ СВЯЗИ ЧЛЕНОВ КОЛЛЕКТИВА, КОТОРЫЕ ЗАНИМАЮТ ОДИНАКОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ, т. е. связи между коллегами;

■ ОФИЦИАЛЬНЫЕ — отношения, возникающие НА ДОЛЖНОСТНОЙ ОСНОВЕ. ОНИ УСТАНОВЛИВАЮТСЯ ЗАКОНОМ, РЕГУЛИРУЮТСЯ НОРМАТИВНЫМИ ДОКУМЕНТАМИ (устав, положения, официальные правила);

■ НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ — складываются НА БАЗЕ ЛИЧНОГО ОТНОШЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА К ЧЕЛОВЕКУ. Для них не существует общепринятых законов и норм, твердо установленных требований и положений;

■ ДЕЛОВЫЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ — это отношения, КОТОРЫЕ ВОЗНИКАЮТ В СВЯЗИ С СОВМЕСТНОЙ РАБОТОЙ ЛЮДЕЙ ИЛИ ПО ЕЕ ПОВОДУ;

■ ЛИЧНЫЕ — отношения складываются НЕЗАВИСИМО ОТ ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ.

В слаженном коллективе формируется система деловых и личных взаимоотношений, которые хорошо дополняют друг друга и играют различную роль в удовлетворении потребностей и интересов членов коллектива.

РОЛЬ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ТРУДОМ в жизни человека ВЕЛИКА. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ результатами деятельности, процессом труда СВЯЗЫВАЮТ С УСЛОВИЯМИ, В КОТОРЫХ ПРОХОДИТ РАБОТА, ОДНО ИЗ КОТОРЫХ – СПК, преобладающий в коллективе.

НА ФОРМИРОВАНИЕ КЛИМАТА ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ многие ФАКТОРЫ, среди которых:

- СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ,
- ОТНОШЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВЕ,
- УСЛОВИЯ ТРУДА,
- ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ КАЖДОГО ЧЛЕНА КОЛЛЕКТИВА (самочувствие, здоровье, обстановка в семье, условия отдыха и проведение досуга и т.п.).

Отечественный психолог К. К. Платонов рассматривал СПК как свойство группы и считал его одним из важных компонентов внутренней структуры группы. СПК, по его мнению, определяется межличностными отношениями в группе, создающими стойкие настроения группы, от которых зависит степень активности в достижении целей.

СПК складывается из особенностей восприятия человека человеком; из взаимных чувств, которые испытывают члены группы друг к другу; оценок и мнений; а также готовности к реагированию на слова и поступки окружающих.

По данным исследований СПК в коллективах отмечено, что он ОКАЗЫВАЕТ ВЛИЯНИЕ:

- НА САМОЧУВСТВИЕ ЧЛЕНОВ КОЛЛЕКТИВА;
- ВЫРАБОТКУ, ПРИНЯТИЕ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СОВМЕСТНЫХ РЕШЕНИЙ;
- ДОСТИЖЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Таким образом, СПК — ЭТО ПРЕОБЛАДАЮЩИЙ В ГРУППЕ ИЛИ КОЛЛЕКТИВЕ ОТНОСИТЕЛЬНО УСТОЙЧИВЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ НАСТРОЙ ЕГО ЧЛЕНОВ, ПРОЯВЛЯЮЩИЙСЯ В ОТНОШЕНИИ ДРУГ К ДРУГУ, К ТРУДУ, К ОКРУЖАЮЩИМ СОБЫТИЯМ И К ОРГАНИЗАЦИИ В ЦЕЛОМ на основании индивидуальных, личностных ценностей и ориентации.

Вы уже знаете, что СПК может быть благоприятным или неблагоприятным.

Рассмотрим признаки БЛАГОПРИЯТНОГО СПК:

- ДОВЕРИЕ И в то же время высокая ВЗАИМНАЯ ТРЕБОВАТЕЛЬНОСТЬ;
- ДЕЛОВАЯ И ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНАЯ КРИТИКА;
- НЕОБХОДИМАЯ И ДОСТАТОЧНАЯ ИНФОРМИРОВАННОСТЬ членов коллектива О его ЗАДАЧАХ;
- информированность членов коллектива о СОСТОЯНИИ ДЕЛ В ОРГАНИЗАЦИИ;
- СВОБОДНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ СОБСТВЕННОЙ ПОЗИЦИИ при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива;
- ТОЛЕРАНТНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ЧУЖОМУ МНЕНИЮ;
- ДЕЙСТВЕННАЯ ЭМПАТИЯ.

Благоприятный СПК стимулирует инициативность, готовность к инновационной деятельности; поднимает настроение; способствует бодрости и уверенности; стимулирует к непрерывному профессиональному образованию и самосовершенствованию.

НЕБЛАГОПРИЯТНЫЙ СПК ДЕЙСТВУЕТ НА ЧЕЛОВЕКА УГНЕТАЮЩЕ, СНИЖАЕТ ЭНЕРГИЮ И, как следствие, ПРИВОДИТ К ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ И НРАВСТВЕННЫМ ПОТЕРЯМ.

На формирование благоприятного социально-психологического климата оказывают влияние этика делового общения и служебный этикет.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие отношения в коллективе вам известны?

2. Что входит в понятие «социально-психологический климат»?
3. Какие факторы оказывают влияние на формирование СПК?
4. Перечислите и прокомментируйте признаки благоприятного СПК.

Используемые источники:

Литература:

1. Психология : учебник для студ. учреждения сред.проф. образования / [Дубровина, Е.Е. Данилова, А.П.М. Прихожан, А.А. Андреева]; под ред. И.В. Дубровиной. – 13-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2015. – 496 с.
2. Психология общения : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / А.П. Панфилова. – 5-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2017. – 368 с.
3. Психология : учебник для студ. учреждения сред. проф. образования / [Дубровина, Е.Е. Данилова, А.П.М. Прихожан, А.А. Андреева]; под ред. И.В. Дубровиной. – 13-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2015. – 496 с.
4. Шеламова Г.М. Психология общения : учеб. Пособие для студ. Учреждений сред. Проф. Образования / Г.М. Шеламова. – 2-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2018. – 128с.
5. Шеламова Г.М. Этикет делового общения : учеб. пособие для студ. учреждений нач. проф. образования / Г.М. Шеламова. – 6-е изд., – М. : Издательский центр «Академия», 2013. – 192

Интернет-ресурсы:

1. Интересные факты о психологии человека: <https://econet.ru/articles/172983-interesnye-fakty-o-psihologii-cheloveka-etogo-vy-o-sebe-ne-znali>
2. <https://www.b17.ru/> - сайт психологов №1