

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Комин Андрей Эдуардович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 23.09.2024 09:13:14  
Уникальный программный ключ:  
f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Приморский государственный аграрно-технологический  
университет»

## **ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ**

**Учебное пособие для практических занятий и самостоятельной работы  
обучающихся направления подготовки 35.02.16**

**Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и  
оборудования**

Уссурийск 2024

Психология общения: учебное пособие для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся направления подготовки 35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования (электронное издание) [Электронный ресурс]: /автор Н.Ф. Прошко; ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ. – Электрон. текст. дан. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ, 2024. – 97 с. – Режим доступа: <http://de.primacad.ru/>

**ISBN**

В учебном пособии представлены теоретические материалы и практические задания, необходимые для успешного освоения обучающимися основных разделов дисциплины (модуля) «Психология общения», а также контрольные работы, тестовые задания промежуточного и итогового контроля, разработанные в соответствии с особенностями заданий Федерального экзамена в сфере профессионального образования, словарь психологических терминов, список основной и дополнительной литературы.

Предназначено для обучающихся направления подготовки **35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования** ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ, а также для аспирантов, преподавателей и всех, кто интересуется психологией общения.

*Электронное издание*

Рецензенты:

Издается по решению методического совета ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ

## **Предисловие**

Настоящее издание представляет собой новое учебное пособие по дисциплине «Психология общения» для непрофильных высших учебных заведений. Новый подход к содержательному наполнению учебно-методического пособия, а также к структурированию материала обусловлен переходом отечественного высшего образования на двухступенчатую модель обучения.

Структура и способ изложения материала представляют обучающимся возможность ознакомиться с содержанием курса в целом и основными вопросами каждой темы. Разнообразие затронутых в учебно-методическом пособии тем должно способствовать максимальному развитию соответствующих компетенций в области психологии общения.

Все это поможет обучающимся запомнить и оперативно повторить основные положения дисциплины «Психология общения», необходимые для работы на семинарских занятиях, а также при подготовке к зачету по данной учебной дисциплины.

Учебное пособие состоит из тезисов лекций по основным темам курса, практических заданий, контрольно-измерительных материалов, словаря психологических терминов, а также списка рекомендуемой литературы по курсу «Психология общения».

## **Часть 1. Психология общения.**

### **Тема 1. Общая характеристика общения, его функции, структура и средства**

#### **1.1 Необходимый теоретический минимум**

Общение – процесс взаимодействия человека с другими людьми как членами общества, осуществляемый с помощью средств речевого и неречевого воздействия и преследующий цель достижения изменений в познавательной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой сферах участвующих в общении лиц.

В общении реализуются социальные отношения людей. В ходе общения его участники обмениваются не только своими физическими действиями или продуктами, результатами труда, но и мыслями, намерениями, идеями, переживаниями и т.д.

В повседневной жизни человек учится общению с детства и овладевает разными его видами в зависимости от среды, в которой живет, от людей, с которыми взаимодействует. Причем происходит это часто стихийно, в ходе накопления житейского опыта. В большинстве случаев этого опыта бывает недостаточно, например для овладения особыми профессиями (педагога, актера, диктора, следователя), а иногда и просто для продуктивного и цивилизованного взаимодействия. По этой причине в знании его закономерностей, накоплении навыков и умений их учета и использования необходимо постоянно совершенствоваться.

Каждая общность людей располагает своими средствами воздействия, которые используются в разнообразных формах коллективной жизни. В них концентрируется социально-психологическое содержание образа жизни. Все это проявляется в обычаях, традициях, обрядах, ритуалах, праздниках, танцах, песнях, сказаниях, мифах, в изобразительном, театральном и музыкальном искусстве, в художественной литературе, кино, радио и телевидении. Эти своеобразные массовые формы общения обладают мощным потенциалом взаимовлияния людей. В истории человечества они всегда служили средствами воспитания, включения человека через общение в духовную атмосферу жизни.

Человек как существо социальное находится в центре влияния всей совокупности проявлений и форм общения.

#### **Структура и функции общения**

Общение характеризуется: содержанием, функциями и средствами.

Специфика межличностной коммуникации раскрывается в ряде процессов и феноменов: психологической обратной связи, наличии коммуникативных барьеров, коммуникативном влиянии и существовании различных уровней передачи информации.

Целью информационного обмена в общении является выработка общего смысла и приход к согласию. Выделяют два типа коммуникативного воздействия: авторитарную и диалогическую коммуникацию. В случае авторитарного воздействия реализуется установка «сверху – вниз», в случае диалогического – установка на равноправие.

Распространение информации проходит через своеобразный фильтр доверия-недоверия. Подобный фильтр действует так, что истинная информация может оказаться непринятой, а ложная – принятой. Кроме того, существуют средства, способствующие принятию информации и ослабляющие действие фильтров. Совокупность этих средств называют фасцинацией. Примером фасцинации может быть музыкальное, пространственное или цветовое сопровождение речи.

Феномен общения монолитен и все, что его определяет, существует в неразрывном единстве, однако исследователи пытаются все-таки вычленить отдельные составляющие его элементы. Изучение процесса общения показало, насколько это сложное, многообразное явление. Так, например психологи выделяют познавательный, эмоциональный и поведенческий компоненты в структуре общения.

По своему назначению общение многофункционально. Выделяют шесть функций общения:

прагматическая функция общения отражает его потребностно-мотивационные причины и реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности. При этом само общение очень часто выступает самой важной потребностью;

функция формирования и развития отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания и способы деятельности, а также формируется как личность. В общем виде общение можно определить как универсальную реальность, в которой зарождаются, существуют и проявляются в течение всей жизни психические процессы, состояние и поведение человека;

функция подтверждения дает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя;

функция объединения-разъединения людей, с одной стороны, посредством установления между ними контактов способствует передаче друг другу необходимых сведений и настраивает их на реализацию общих целей, намерений, задач, соединяя их тем самым в единое целое, а с другой стороны, она может способствовать дифференциации и изоляции личностей в результате общения;

функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и

продуктивных связей, контактов и взаимоотношений людей в интересах их совместной деятельности;

внутриличностная функция общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальная форма мышления человека.

Понятия структуры и функций общения самым непосредственным образом связаны с различными классификациями видов и типов общения.

### **Виды и формы общения**

Общение чрезвычайно многогранно и классифицирует по самым разным основаниям: по характеру, по содержанию, целям, средствам, функциям, видам и формам, по месту, по времени, по сферам деятельности, по степени опосредованности, по направленности, по глубине проникновения, по типам субъектов, по профессиональным характеристикам и т.д. и т.п. Так, по характеру общение разделяют на продуктивное (творческое) и непродуктивное (формальное), по целям – на утилитарное и неутилитарное, по направленности – на гуманистическое и манипулятивное, по формам проявления – на непосредственное и опосредованное, формальное и неформальное, по степени искренности – на открытое и закрытое, по сферам деятельности – деловое, семейное, спортивное.

Общаясь друг с другом, мы слушаем не только словесную информацию, но и смотрим в глаза друг друга, слышим тембр голоса, интонацию, видим мимику и жесты. При этом слова передают нам логическую информацию, а жесты, мимика, голос информацию дополняют.

Получая письменное сообщение, мы видим не только слова, но и конверт, марку, бумагу, расположение и выделения текста, шрифт. Все это создает впечатление от письма, либо усиливая словесное содержание, либо ослабляя его.

При характеристике психологических целей и свойств общения выделяют следующие виды общения.

- ✓ «Контакт масок».
- ✓ Примитивное общение.
- ✓ Деловое общение.
- ✓ Формально-ролевое общение.
- ✓ Светское общение.

Специалисты выделяют следующие формы общения.

- ✓ Непосредственное общение
- ✓ Прямое общение
- ✓ Опосредованное общение
- ✓ Косвенное общение
- ✓ Межличностное общение
- ✓ Массовое общение

Выделяют также межперсональное и ролевое общение. Общение может быть доверительным и конфликтным.

Общение может быть личным и деловым. Личное общение – это обмен неофициальной информацией, а деловое – процесс взаимодействия людей, выполняющих совместные обязанности или включенных в одну и ту же деятельность.

В соответствии с установившейся традицией, в отечественной социальной психологии выделяют три различных по своей ориентации типа межличностного общения: императив, манипуляцию и диалог.

- ✓ Императивное общение
- ✓ Манипулятивное общение
- ✓ Диалогическое общение

Таким образом, общение – это сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга.

### **Контрольные вопросы:**

1. Определите содержание понятия общения в различных науках: социологии, лингвистике, психологии.

2. В чем различия и сходства понятий «общение», «коммуникация» и «межличностные отношения»?

3. Почему необходимо постоянно совершенствоваться в знании закономерностей общения, накоплении навыков и умений их учета и использования?

4. Достаточно ли совершить обмен информацией для успешного общения?

5. Чем личное общение отличается от делового общения?

6. В чем сущность прагматической функции общения?

## **Тема 2. Деловое общение, его виды и формы**

### **2.1 Необходимый теоретический минимум**

**Деловое общение** — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

Деловое общение можно условно разделить на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (когда между партнерами существует пространственно-временная дистанция)

Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное.

В целом деловое общение отличается от обыденного (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон) В обычном дружеском общении чаще всего не ставятся конкретные задачи, не преследуются определенные цели Такое общение можно прекратить (по желанию участников) в любой момент.

Деловое общение реализуется в различных формах: деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания, публичные выступления

### **Деловая беседа как основная форма делового общения**

Понятие "деловая беседа" весьма широко и достаточно неопределенно это и просто деловой разговор заинтересованных лиц, и грустный контакт между партнерами, связанными деловыми отношениями.

Под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловая беседа является наиболее благоприятной, зачастую единственной возможностью убедить собеседника в обоснованности вашей позиции с тем, чтобы он согласился и поддержал ее. Таким образом, одна из главных задач деловой беседы — убедить партнера принять конкретные предложения Напомним некоторые аспекты деловой беседы. Она выполняет ряд важнейших функций. К их числу относятся:

- ✓ взаимное общение работников из одной деловой сферы,
- ✓ совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих
- ✓ идей и замыслов; контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
- ✓ поддержание деловых контактов; стимулирование деловой активности.

Основными этапами деловой беседы являются: *начало беседы; информирование партнеров; аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения; завершение беседы.*

Максимальную трудность представляет для собеседников начало беседы. Партнеры очень хорошо знают суть предмета, цель, которую они преследуют в данном общении, четко представляют результаты, которые они хотят получить. Но практически всегда появляется "внутренний тормоз", когда речь идет о начале беседы. Как начинать? С чего начинать? Какие фразы более всего подходят? Некоторые партнеры допускают ошибку, игнорируя этот этап, переходят сразу к сути проблемы.



В любом случае на этом этапе беседы нужно выработать правильное и корректное отношение к собеседнику. Ведь начало беседы — это своеобразный мостик между нами и собеседником.

На первой фазе беседы мы ставим следующие задачи: установить контакт с собеседником; создать благоприятную атмосферу для беседы; привлечь внимание к теме разговора; пробудить интерес собеседника.

Существует множество способов начать беседу, но практика выработала ряд "правильных дебютов". Вот некоторые из них.

Метод снятия напряженности позволяет установить тесный контакт с собеседником. Достаточно сказать несколько теплых слов — и вы этого легко добьетесь. Нужно только задаться вопросом: как бы хотели чувствовать себя в вашем обществе собеседники? Шутка, которая вызовет улыбку или смех присутствующих, также во многом способствует разрядке первоначальной напряженности и созданию дружеской обстановки для беседы.

Метод "зацепки" позволяет кратко изложить ситуацию или проблему, увязав ее с содержанием беседы. В этих целях можно с успехом использовать какое-то небольшое событие, сравнение, личные впечатления, анекдотичный случай или необычный вопрос.

Метод прямого подхода означает непосредственный переход к делу без какого бы то ни было вступления. Схематично это выглядит следующим образом: мы вкратце сообщаем причины, по которым была назначена беседа, быстро переходим от общих вопросов к частному и приступаем к теме беседы. Этот прием является "холодным" и рациональным, он имеет прямой характер и больше всего подходит для кратковременных и не слишком важных деловых контактов.

### **Вопросы собеседников и их психологическая сущность**

Информация не поступает к нам сама по себе, для ее получения необходимо задавать вопросы. Вопросы предоставляют собеседнику возможность проявить себя, показать, что он знает. Нельзя забывать, что большинство людей по многим причинам неохотно отвечают на прямые вопросы. Именно поэтому следует сначала заинтересовать собеседника. Существуют пять основных групп вопросов.

**Закрытые вопросы.** Это вопросы, на которые ожидается ответ «да» или "нет". Они способствуют созданию напряженной атмосферы в беседе, поэтому такие вопросы нужно применять со строго определенной целью. При постановке подобных вопросов у собеседника складывается впечатление, будто его допрашивают. Следовательно, закрытые вопросы нужно задавать не тогда, когда нам нужно получить информацию, а только в тех случаях, когда мы хотим быстрее получить согласие или подтверждение ранее достигнутой договоренности.

**Открытые вопросы.** Это вопросы, на которые нельзя ответить "да" или "нет", они требуют какого-то пояснения. Это так называемые вопросы

"что?", "кто?", "как?", "сколько?", "почему?". В каких случаях задают такие вопросы? Когда нам нужны дополнительные сведения или когда мы хотим выяснить мотивы и позицию собеседников. Основанием для таких вопросов является позитивная или нейтральная позиция собеседника по отношению к нам. В этой ситуации можно потерять инициативу, а также последовательность развития темы, так как беседа может повернуть в русло интересов и проблем собеседника. Опасность состоит также в том, что можно вообще потерять контроль за ходом беседы.

**Риторические вопросы.** На эти вопросы не дается прямого ответа, так как их цель — вызвать новые вопросы и указать на нерешенные проблемы. С какой целью задаются такие вопросы? Задавая риторический вопрос, говорящий надеется "включить" мышление собеседника и направить его в нужное русло.

**Переломные вопросы.** Они удерживают беседу в строго установленном направлении или же поднимают целый комплекс новых проблем. Подобные вопросы задаются в тех случаях, когда мы уже получили достаточно информации по одной проблеме и хотим "переключиться" на другую. Опасность в этих ситуациях заключается в нарушении равновесия между нами и нашими собеседниками.

**Вопросы для обдумывания.** Они вынуждают собеседника размышлять, тщательно обдумывать и комментировать то, что было сказано. Цель этих вопросов — создать атмосферу взаимопонимания.

### **Психологические приемы влияния на партнера**

Деловое общение требует от человека высокой психологической культуры, а также постоянного изучения и учета эмоциональной стороны деловых отношений.

Существует категория людей, которые умеют располагать к себе других индивидов, практически сразу завоевывать их доверие, вызывать к себе чувство симпатии, т.е. формировать аттракцию (от лат. *attrahere* — привлечение, притяжение) Анализ поступков таких людей показывает, что в процессе общения они используют психологические приемы формирования аттракции, приемы, которые, как правило, скрыты от собеседника. Но если эти приемы существуют, значит им можно обучить тех, кому это необходимо.

Во время общения с партнером на наши органы чувств поступает огромное количество сигналов. Но не все они осознаются. Например, вы беседуете с человеком, но не можете, закрыв глаза, назвать цвет его галстука. Сигнал, который воздействовал на наши органы чувств, но не зафиксирован, может и исчезнуть для вас бесследно, а может и не исчезнуть. Все зависит от того, насколько этот сигнал значим для данной личности, несет ли он в себе достаточный эмоциональный заряд для нее. Минувя сознание, эмоционально значимый сигнал остается в сфере бессознательного и оттуда

оказывает свое влияние, которое проявляется в виде эмоционального отношения.

### **Приемы эффективного общения**

Прием "имя собственное". Он основан на произнесении вслух имени (или имени-отчества) человека, с которым вы разговариваете. И это не только вежливость. Звук собственного имени вызывает у человека не всегда осознаваемое им чувство приятного. Д.Карнеги писал, что звучание собственного имени для человека — самая приятная мелодия.

Прием "зеркало отношения". Кому вы чаще по-доброму и приятно улыбаетесь — своему другу или недоброжелателю? Конечно, другу. А кто вам чаще по-доброму приветливо улыбается? Естественно, друг. Ваш личный опыт говорит о том, что доброе и приятное выражение лица, легкая улыбка невольно притягивают к вам людей.

Умеете ли вы улыбаться тогда, когда это необходимо? Подобная необходимость возникает в том случае, когда у собеседника нужно вызвать положительные эмоции, расположить его к себе. Это необходимо для того, чтобы он принял вашу позицию, чтобы выполнял ваше распоряжение или просьбу не под давлением, а добровольно. И все это необходимо... всегда. В нашем контексте легкая улыбка — это и приветственная улыбка, и сочувственная, и ободряющая, и соперничательная. Если вам трудно улыбаться "по заказу", то можно для начала порекомендовать следующее: оставшись наедине с самим собой, улыбнитесь тому, кто смотрит на вас из зеркала.

Комплименты — это слова, содержащие небольшое преувеличение достоинств, которые желает видеть в себе собеседник. В этом смысле мы и рассмотрим комплимент как один из приемов формирования аттракции в деловых отношениях.

Разумеется, каждому из нас приятно слышать комплименты в свой адрес. При этом мы осознаем, что сказанное — пусть и небольшое, но все же преувеличение. Так почему нам все же приятно слышать такие слова?

В эффекте внушения происходит как бы заочное удовлетворение мечты, желания, потребности человека в совершенствовании какой-то своей черты. Фактически потребность при этом не будет полностью удовлетворяться, но реальным будет ощущение ее удовлетворения, появление на этой почве положительных эмоций.

Существуют правила применения "золотых слов". Не зная или нарушая их, можно против своего желания превратить "золотые слова" в банальности (в лучшем случае).

Комплимент отличается от лести именно тем, что содержит небольшое преувеличение. Лстец сильно преувеличивает достоинства собеседника.

В деловом общении преимущество принадлежит комплименту. Нельзя отождествлять комплимент и похвалу. Похвала — это положительная оценка. Положительному восприятию комплимента способствует

использование в нем фактов, известных обоим партнерам. Отсутствие фактической основы делает комплимент неубедительным и может свести высказывание до уровня банальной лести.

Если существуют сомнения, поймет ли собеседник, о каком факте идет речь, то лучше не рисковать и прежде напомнить о нем, а затем уж обыграть его.

Комплимент должен быть кратким, содержать одну-две мысли, не должен содержать поучений. Необходимо избегать двусмысленных оборотов. Комплименты нужно говорить как можно чаще. Именно практикой достигается легкость и непринужденность в комплименте, что делает его естественным и неотразимым. Комплимент начинается с желания его сказать. Найдите, что вам лично нравится в собеседнике, что бы вы хотели позаимствовать у него.

Люди принимают комплименты благосклонно, так как каждому приятно уже одно то, что ему хотят сказать что-то хорошее. Именно поэтому они легко прощают возможные промахи. Поскольку мужчины не избалованы комплиментами, они и менее требовательны к их качеству. Именно поэтому лучше учиться делать комплименты на мужчинах.

Как же сделать комплимент комплиментом? Существуют несколько правил.

"Один смысл". Комплимент должен отражать только позитивные качества человека. В комплименте следует избегать двойного смысла, когда, например, данное качество у человека можно считать и позитивным, и негативным.

"Без гипербола". Отражаемое в комплименте позитивное качество должно иметь небольшое преувеличение.

"Высокое мнение". Важным фактором в результативности этого приема является собственное мнение человека об уровне отраженных в комплименте качеств. Предположим, человек твердо знает, что уровень этого качества у него значительно выше, чем сказано в комплименте.

"Без дидактики". Это правило заключается в том, что комплимент должен констатировать наличие данной характеристики, а не содержать рекомендации по ее улучшению.

"Без претензий". Сотрудник вовсе не стремится к совершенствованию данного своего качества. Более того, считает, что было бы плохо, если бы оно — это позитивное качество — было выражено у него сильнее, чем сейчас.

"Без приправ". Последнее правило касается не самого содержания комплимента, а тех дополнений, которые нередко следуют за ним.

Конечно, сразу запомнить все эти правила трудно, но если вы используете ассоциативные связи, то сделать это будет значительно легче.

Прием "терпеливый слушатель". Все мы с детства помним привычные правила, что нельзя перебивать собеседника, необходимо дослушивать его до конца, быть внимательным к нему. Никто и не утверждает, что эти правила нужно игнорировать.

"Но" начинается тогда, когда за соблюдение этих правил приходится "платить", причем единицей расчета является время. Вот тогда и проявляется истинное отношение к данным ценностям.

Для того чтобы терпеливо и внимательно выслушивать собеседника, нужно немалое время, ибо не каждый умеет сжато и четко излагать свои мысли. Кроме того, нам приходится выслушивать высказывания, которые не относятся к делу. Если вы все-таки выслушаете подчиненного, то он удовлетворит свои потребности, получит положительные эмоции, связав это помимо своей воли с вами. Поскольку источником этих положительных эмоций явились именно вы, то они и будут вам "возвращены" в виде небольшого усиления симпатии к вам, т.е. в виде возникшей или усиливающейся аттракции.

Прием "личная жизнь". У каждого человека наряду со служебными интересами имеются и личные интересы, увлечения и личная жизнь. В эмпирических наблюдениях было замечено, что если с человеком повести разговор в русле его выраженного личного интереса, то это вызовет у него повышенную вербальную активность, сопровождаемую положительными эмоциями.

Время от времени беседуйте со своими подчиненными по вопросам, значимым для них в их личной жизни, проявляйте интерес к их чувствам и переживаниям. К примеру, одна из сотрудниц увлечена выращиванием кактусов и часто говорит о них. Всем это уже порядком наскучило. Наберитесь терпения, поговорите с ней о них хотя бы в течение нескольких минут.

Кто в этой ситуации проиграл? Несколько минут потерянного времени на выслушивание ненужной информации — это на одной чаше весов, а на другой — ваш единомышленник-подчиненный.

### **Контрольные вопросы:**

1. Какова роль общения в деловой жизни.?
2. Перечислите основные функции делового общения.
3. В чем специфика делового общения как деятельности?
4. Какие виды общения традиционно выделяются в психологии делового общения?.
5. Назовите уровни общения и особенности анализа общения на каждом уровне.
6. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные виды и формы делового общения.

7. Какие виды манипуляций существуют в практике делового общения?
8. Какова роль комплимента в деловом общении?

### **Тема 3. Невербальные средства общения**

#### **3.1 Необходимый теоретический минимум**

##### **Функции невербального поведения личности**

Вопрос о роли невербальных средств в общении, в том числе и деловом, активно обсуждается современными специалистами по коммуникации.

Многие психологи пытаются определить процентное соотношение речевой деятельности и невербального общения и тем самым подчеркнуть особую значимость невербальных компонентов в реальной коммуникативной практике. А. Пиз представляет данные, полученные западными исследователями и свидетельствующие о существенном количественном превосходстве невербальных поведенческих средств. Так, А. Мейерабиан утверждает, что за счет вербальных средств (слов) передается только 7% информации, за счет звуковых (включая тон голоса, его интонации) - 38%, а невербальных - 55%. Более реалистичные цифры приводит Бердсвилл, установивший, что в беседе словесное общение занимает менее 35%, невербальное - более 65%. По мнению некоторых российских специалистов, в деловом мире манера держаться может составлять до 50% общего впечатления. Поэтому понимание роли невербального общения, умение правильно использовать и интерпретировать знаки невербального языка, а также формирование навыков невербального поведения существенно влияет на достижение взаимопонимания между партнерами и на эффективность совместной деятельности.

Вербальные и невербальные средства общения дополняют друг друга: между ними существует своеобразное разделение функций: по словесному каналу передается чистая информация, по невербальному - отношение к тому, что сказано, и к партнеру. Невербальные средства выступают индикатором действительного отношения к партнеру, инструментом выражения качества и изменения отношений между участниками общения, а также способствуют формированию этих отношений.

Невербальные знаковые системы умножают смысл (семантически значимую информацию, влияющую на изменение поведения), который несут вербальные средства, помогают раскрыть полностью смысловую сторону информации. С их помощью уточняется, изменяется и дополняется вербальное сообщение, осуществляется экономия речевых средств общения.

Невербальная информация может противоречить вербальной, иногда являясь более правдивой. Невербальное поведение обеспечивается множеством поведенческих реакций, всю совокупность которых невозможно поставить под сознательный контроль. Именно в этом смысле можно понимать утверждение, что язык может лгать, тело же лгать не может.

Кроме того, невербалика:

- ✓ способствует установлению контакта (особенно визуальный контакт, улыбка, рукопожатие);
- ✓ создает образ партнера, является средством идентификации (в том числе и социально-культурной) и самопрезентации партнеров по общению, а иногда и средством их маскировки;
- ✓ выполняет функцию социальной стратификации, выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений;
- ✓ является способом закрепления социокультурного опыта;
- ✓ отражает эмоциональное состояние партнеров, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного или наоборот снимает эмоциональное напряжение;
- ✓ является показателем актуальных психических состояний участников общения.

### **Позы, жесты и мимика в общении. Визуальный контакт как коммуникативный инструмент**

Поза — это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения. Общее количество поз, которое способно принять человеческое тело, около 1000. Из них в силу культурной традиции некоторые запрещаются, другие - разрешаются.

Шюбц выявил, что главное смысловое содержание позы состоит в размещении индивидом своего тела по отношению к собеседнику. Вследствие этого выделил: «закрытые» и «открытые» позы.

«Закрытые» позы: человек пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве. Поза «стоя»: руки скрещены на груди. Поза «сидя»: обе руки упираются в подбородок. Эти позы воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики.

«Открытые» позы (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Открытые жесты — это такие, когда движения рук направлены от тела, закрытые - когда движения рук направлены к телу.

Верх открытости - порывистое и распахнутое движение рук с развернутыми ладонями в сторону партнера.

Верх закрытости - перекрещенные на груди руки с одновременным захватом собственных предплечий.

Бизнес-этикет одновременно не рекомендует употреблять ни тот, ни другой.

Необходимы спокойные жесты одной рукой (допустим, в такт речи), со средним положением ладони, в границах перемещения от плеча до талии.

Позы и жесты уверенности - обязательно прямая спина, развернутые плечи, ровное положение головы, взгляд в глаза.

Типичные жесты уверенного в себе человека с чувством превосходства - закладывание рук за спину с захватом запястья (но не в замок), либо закладывание рук за голову. Этот жест характерен для «всезнаек».

Жесты неуверенности, как правило, связаны с почесыванием указательным пальцем правой руки места под мочкой уха, либо мочки уха, либо потрагивание или потирание носа. Опущенные плечи, согнутая спина и склоненная голова тоже будут не в вашу пользу.

Позы и жесты превосходства и неуверенности бизнес-этикет не рекомендует использовать.

Жесты согласия - кивание головой, «раскрытые» глаза, легкая улыбка.

Позы несогласия - взгляд в пол, брови сведены, корпус отвернут от собеседника, пальцы периодически общипывают несуществующие ворсинки. Рекомендуется контролировать степень вашего несогласия.

Жесты готовности завершить встречу - подача корпуса вперед, при этом руки опираются на колени или ручки кресла, а корпус постепенно разворачивается к двери, нога отстукивает такт. Следует либо инициативно сменить тему, либо завершить разговор.

Жесты неготовности (слушать, говорить, принимать решения) связаны с так называемым «расфокусированным» взглядом и общей позой расслабленности. Бизнес-этикет рекомендует их отслеживать и не допускать «позы расслабленности» в присутствии сотрудников или клиентов.

Походка человека — это стиль передвижения.

Самая тяжелая походка при гневе, самая легкая - при радости; вялая угнетенная - при страданиях, самая большая длина шага - при гордости.

Реакция глаз: расширение зрачка — это знак либо о вовлеченности в личный разговор, либо о сосредоточенности и увлеченности темой беседы, либо хорошего настроения собеседника (в четыре раза против нормального состояния); сужение зрачка партнера означает, что он мечтает, отстраняется, думает о постороннем.

Визуальный контакт свидетельствует об установлении контакта, о расположенности партнера к общению; направленность взгляда говорит о характере контакта.

Если на партнера смотрят мало, то есть основания полагать, что к тому, что он говорит и делает, относятся плохо, а если слишком много, то это либо вызов ему, либо хорошее к нему отношение.



Американские психологи Р.Экслейн и Л.Винтерс показали, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса.

Когда человек только формирует мысль, он чаще смотрит в сторону («в пространство»), когда мысль полностью готова, - на собеседника. Если речь идет о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудность преодолевается, - больше.

Вообще же тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера - только чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи.

Особую роль в деловом общении играет улыбка. Китайцы говорят, что человек без улыбки на лице не должен открывать лавку.

### **Экстралингвистические и паралингвистические средства общения**

Экстралингвистические средства — это паузы, смех, плач, кашель, вздохи.

Особую роль в деловом общении играют паузы, которые помогают преодолеть монотонность речи и привлечь внимание к сказанному.

Паралингвистические средства: темп, модуляция, тональность, ритм, тембр голоса, интонация, дикция. Их профессиональное использование придает выразительность и благозвучие речи, делает ее более убедительной, влияет на эмоциональное состояние участников делового общения. Для каждого слова существует один-единственный способ написания и более сотни различных на слух и по смыслу вариантов произнесения. Вокальная гибкость придает семантическое многообразие словам.

Темп речи: быстрый, средний, замедленный.

Модуляция голоса: плавная, резкая.

Тональность голоса: высокая, низкая.

Ритм: равномерный, прерывистый.

Тембр: раскатистый, хриплый, скрипучий.

Интонация.

Дикция.

Наибольшее впечатление на деловых партнеров производит плавная, спокойная, размеренная речь.

Темп речи. Быстрая речь отражает взволнованность или обеспокоенность, медленная - угнетенное состояние, горе, высокомерие или усталость.

Благозвучие речи. Неблагозвучным считается обилие в речи шипящих и свистящих звуков. Речь, в которой чередуются ударные и безударные слоги, сочетаются короткие и длинные слова, - благозвучна.

Голосовые особенности деловой речи. Благоприятное впечатление на слушателя производит мелодичный, низкий, бархатный, теплый голос,

неблагоприятное - высокий, скрипучий, гнусавый, пронзительный, дрожащий, резкий.

Тональность голоса. Энтузиазм, радость, недоверие передаются высоким голосом, гнев, страх - тоже довольно высоким, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звуков, горе, печаль, усталость - мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы.

Интонация. Для каждого языка характерен свой интонационный строй. В русском языке используются восходящий тон, фиксирующий незавершенность, незаконченность речи, нисходящий, отражающий ее завершенность, законченность, и ровный тон, который может выражать как незаконченность речи, так и ее законченность.

Тембр голоса. Тембр голоса обусловлен эмоциональным состоянием говорящего. Если человек волнуется, то он говорит дрожащим и дребезжащим голосом; в спокойном состоянии его голос становится мягким; «металлические» нотки в голосе свидетельствуют о сдерживаемом недовольстве. В деловой коммуникации лучше воспринимается голос, отличающийся глубоким и мелодичным тембром.

### **Такесика и проксемика в коммуникации**

Формы телесного контакта: рукопожатия, похлопывания, объятия и др. Однако, в деловой сфере принят только один вид телесного контакта - рукопожатие. В форме рукопожатия больше, чем при использовании других невербальных средств, проявляются статусные различия партнеров. В соответствии с этой особенностью различают три формы рукопожатия:

Рука сверху, ладонь повернута вниз: это действие говорит о стремлении к доминированию того, чья это рука;

Рука снизу, ладонь повернута вверх - отражает позицию покорности;

Ладони в одинаковом вертикальном положении - эта форма рукопожатия говорит о равноправии партнеров.

Проксемика – способ использования пространства. Существуют различные пространственные зоны коммуникации:

Интимная зона (15-45см) – допускаются только самые близкие люди. В каждой культуре свой размер интимной зоны.

Личная зона (45-120 см) – общение деловых партнеров.

Социальная зона (120-350 см) – общение в малой группе (10-15чел.).

Публичная зона (от 350 см) – общение с большой группой людей, массовой аудиторией.

Использование материальных предметов, имеющих символическое значение. Одежда и внешний вид (прическа, украшения, косметика и т.п.) говорит о личности коммуниканта, его социальном статусе, роли, работе.

В случае наличия близких отношений между деловыми партнерами и равенства их статусов возможно и похлопывание по плечу.

В большинстве литературных источников по деловым отношениям перечисляются только те средства невербальной коммуникации, которые

характерны для межличностного общения. Однако, как уже отмечалось, в деловой коммуникации люди участвуют как представители определенных социальных общностей, организаций и групп. Поэтому спектр невербальных средств общения здесь много шире, чем в случае межличностной коммуникации. Знаково-символические системы, используемые в деловом взаимодействии, выступают средством групповой идентификации его участников, одним из способов закрепления корпоративной культуры и манифестации ее во внешней среде, средством обеспечения позиционирования организации, повышения ее узнаваемости и одним из средств формирования имиджа организации.

К числу знаково-символических средств общения относятся государственная, групповая символика, логотипы, подарки и т.п., а кроме того внешний вид (одежда, прическа, аксессуары и др.) сотрудников организации, оформление деловых бумаг и служебных помещений.

«Государственная символика (в первую очередь герб и флаг страны) - это знаки, идентифицирующие международные субъекты в политическом пространстве в большинстве случаев именно так, как хотят этого сами субъекты».

Государственная символика (как и знаково-символические системы любых других социальных общностей) выполняет важную функцию: она переводит визуально-образные, эстетические элементы в культурные смыслы и обуславливает тем самым восприятие культурной специфики страны как в мировом, так и внутреннем социальном пространстве.

Существует также система знаково-символических невербальных средств, выражающих индивидуальность организации и тем самым формирующих корпоративную идентичность: это система символов, логотипов, цветов, мифов, ритуалов и др.

Визуальный образ организации также зависит и от оформления офиса, и от внешнего вида сотрудников организации.

Как подчеркивают А.Н. Чумиков и М.П. Бочаров, требования к внешнему виду служащих фронт-офиса, т.е. лиц, непосредственно работающих с клиентами банков, формирует в сознании последних связь между имиджем банковской структуры и стереотипом восприятия организаций подобного рода, включающим в себя такие характеристики как солидность, строгость обстановки и исключительная формальность внутренних отношений.

Требования к одежде могут быть другими, если организация стремится продемонстрировать демократичность, непринужденность, создать атмосферу быстроты и свежести.

Манера держаться в сочетании со стилем одежды может на 90 % определить отношение к деловому человеку.

Внешний вид сотрудников, соответствующий корпоративным требованиям, - это их вклад в свое продвижение и в продвижение компании и, кроме того, скрытый комплимент клиентам и деловым партнерам.

«Хорошо одетый человек - тот, кто считается с собой и другими» (П. Карден).

### **Контрольные вопросы:**

1. Определите место и роль невербальных средств в деловом общении. Назовите основные виды невербальных средств деловой коммуникации.

2. Раскройте содержание основных поз и жестов в контексте делового общения.

3. Какие позы и жесты рекомендует деловой этикет?

4. Установите соответствие между эмоциями и их выражениями в мимике.

5. Охарактеризуйте паралингвистические средства общения.

6. Перечислите основные вокальные особенности речи, использование которых в наибольшей степени способствует эффективности деловой коммуникации.

7. Опишите основные зоны и дистанции, используемые в деловом общении.

### **Практические задания к части 1**

#### **1.1 Выполните психологические тесты.**

«Приятный ли вы собеседник»;

«Потребность в общении»;

«Определение уровня общительности».

Обработайте результаты тестов. Полученную информацию представьте в виде резюме (выводов). Старайтесь отвечать на вопросы тестов и опросников как можно правдиво это приблизит результаты опроса к реальности.

#### **Тест «Приятный ли вы собеседник»**

##### **Инструкция**

Ответьте «да» или «нет» на следующие вопросы:

1. Вы больше любите слушать, чем говорить?
2. Вы всегда можете найти тему для разговора даже с незнакомым человеком?
3. Вы всегда внимательно слушаете собеседника?
4. Любите ли вы давать советы?
5. Если тема разговора вам не интересна, станете ли вы показывать это собеседнику?
6. Раздражаетесь, когда вас не слушают?

7. У вас есть собственное мнение по любому вопросу?
8. Если тема разговора вам не знакома, станете ли вы ее развивать?
9. Вы любите быть в центре внимания?
10. Есть ли хотя бы три предмета, по которым вы обладаете достаточными знаниями?
11. Вы оратор хороший?

### **Обработка результатов.**

Если вы ответили положительно («да») на вопросы 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, можете зачислить себе по одному баллу за каждый из них.

**От 1 до 3 баллов** - трудно сказать: то ли вы молчун, из которого не вытянешь ни слова, то ли настолько общительны, что вас стараются избегать. Но факт остается фактом: общаться с вами не всегда приятно, а порой даже тяжело. Вам бы следовало над этим задуматься.

**От 4 до 8 баллов** - вы, может быть, и не слишком общительный человек, но почти всегда внимательный и приятный собеседник. Вы можете быть и весьма рассеянным, когда не в духе, но не требуете от окружающих в такие минуты особого внимания к вашей персоне.

**От 9 до 11 баллов** - вы, наверное, один из самых приятных в общении людей. Вряд ли друзья могут без вас обойтись. Это прекрасно. Возникает только один вопрос: не приходится ли вам иногда играть, как на сцене?

### **Тест «Потребность в общении» Автор: Орлов Ю. М.**

*Инструкция:* Прочитайте ряд утверждений. Если вы с ними согласны, то рядом с номером положения напишите «да», если не согласны, напишите «нет».

1. Мне доставляет удовольствие участвовать в различного рода торжествах.
2. Я могу подавить свои желания, если они противоречат желаниям моих товарищей.
3. Мне нравится выказывать кому-либо свое расположение.
4. Я больше сосредоточен на приобретении влияния, чем дружбы.
5. Я чувствую, что в отношении к моим друзьям у меня больше прав, чем обязанностей.
6. Когда я узнаю об успехе своего товарища, у меня почему-то ухудшается настроение.
7. Чтобы быть удовлетворенным собой, я должен кому-то в чем-то помочь.
8. Мои заботы исчезают, когда я оказываюсь среди товарищей по работе.

9. Мои друзья мне основательно надоели.
10. Когда я делаю плохую работу, присутствие людей меня раздражает.
11. Прижатый к стене, я говорю лишь ту долю правды, которая, по моему мнению, не повредит моим друзьям и знакомым.
12. В трудной ситуации я больше думаю не столько о себе, сколько о близком человеке.
13. Неприятности у друзей вызывают у меня такое состояние, что я могу заболеть.
14. Мне приятно помогать другим, если даже это доставит мне значительные хлопоты.
15. Из уважения к другу я могу согласиться с его мнением, даже если он не прав.
16. Мне больше нравятся приключенческие рассказы, чем рассказы о любви.
17. Сцены насилия в кино внушают мне отвращение.
18. В одиночестве я испытываю тревогу и напряженность больше, чем когда я нахожусь среди людей.
19. Я считаю, что основной радостью в жизни является общение.
20. Мне жалко брошенных собак и кошек.
21. Я предпочитаю иметь поменьше друзей, но более мне близких.
22. Я люблю бывать среди друзей.
23. Я долго переживаю ссоры с близкими.
24. У меня определенно больше близких людей, чем у многих других.
25. Во мне больше стремления к достижениям, чем к дружбе.
26. Я больше доверяю собственным интуиции и воображению в мнении о людях, чем суждению о них других людей.
27. Я придаю больше значения материальному благополучию и престижу, чем радости общения с приятными мне людьми.
28. Я сочувствую людям, у которых нет близких друзей.
29. По отношению ко мне люди часто неблагодарны.
30. Я люблю рассказы о бескорыстной дружбе и любви.
31. Ради друга я могу пожертвовать всем.
32. В детстве я входил в одну «тесную» компанию.
33. Если бы я был журналистом, мне нравилось бы писать о дружбе.

### **Обработка результатов**

**Ключ к опроснику.** Ответ по каждому пункту оценивается в 1 балл. Баллы проставляются только при ответе «да» по следующим пунктам: 1, 2, 7, 8, 11 - 14, 17 - 24, 26, 28, 30 - 33; только при ответе «нет» по пунктам 3-6, 9,10,15, 16, 25, 27, 29. Определяется сумма баллов, полученных при ответах «да» и «нет».

## **Выводы**

Чем больше сумма, тем больше потребность в общении.

## **Тест «Определение уровня общительности» Автор: Рошаховский**

### **В.Ф.**

Прочтите каждый из 16 вопросов и напишите ответ «да», «нет» или «иногда». **Текст опросника.**

1. Вам предстоит обычная или деловая встреча. Выбивает ли вас ее ожидание из колеи?
2. Не откладываете ли вы визит к врачу до последнего момента?
3. Вызывает ли у вас смущение и неудовольствие поручение выступить с докладом, сообщением, информацией на каком-либо совещании, собрании или тому подобном мероприятии?
4. Вам предлагают выехать 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 обратится к вас с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то вопрос)?
7. Верите ли вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?
8. Иск стесняетесь ли вы напомнить знакомому, что он забыл вам вернуть 100 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 с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он? Так ли это?
11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была. Предпочтете ли вы отказаться от своего намерения или встанете в очередь и будете 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 мнений на этот счет вы не приемлете. Это так?
14. Услышав где-либо 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 или учебной теме?
16. Охотнее ли вы, излагаете свою точку зрения в письменной форме, чем в устной? **Обработка и интерпретация результатов**

За каждое «да» начисляется 2 балла, за ответ «иногда» - 1 балл, за ответ «нет» - 0 баллов. Вычисляется сумма набранных баллов по всем вопросам и по классификатору определяется, к какой категории людей вы относитесь.

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

**14-18 баллов** — у вас нормальная коммуникабельность. Вы охотно слушаете интересного собеседника, терпеливы в общении с другими. Без неприятных переживаний идете на встречу с незнакомыми людьми. В то же время не любите шумных компаний, многословие вызывает у вас раздражение.

**9-13 баллов** — вы весьма общительны (порой даже без меры). Разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, раздражает окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя и не всегда можете их выполнить.

**4-8 баллов** — общительность бьет из вас ключом. Любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас мигрень и даже хандру. Охотно берете слово по любому поводу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке.

**3 балла и менее** — ваша коммуникабельность носит болезненный характер. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых вы совершенно некомпетентны. Вольно или невольно вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в своем окружении.

## 1.2 Выполните задания

1. Сделать конспект в рабочей тетради на тему: «Особенности невербальных средств общения в разных странах». Привести примеры.

2. Заполните таблицу «Функции общения» *Образец таблицы:*

Название функций общения	Краткая характеристика функций	Пример проявления функции

3. Подготовьте самопрезентацию (учет вербальных и невербальных средств общения). Самопрезентация в устной форме. По времени – 5 мин.

*Примерные вопросы для составления самопрезентации:*

1. ФИО.
2. Характеристика коммуникативных способностей (опираясь на результаты тестирования практического занятия №1).
3. Какой я собеседник?
4. Легко или трудно мне контактировать с людьми? Почему?



5. Насколько я эмоциональна?
6. Использую невербальные средства общения ... (много, мало, какие).

Почему?

7. Что мешает (помогает) мне общаться с другими людьми? и т.д.
3. Соедините стрелками способы манипуляции и соответствующие механизмы защиты. Примеры манипуляций и способов защиты.
- 4.

Способы манипуляции	Способы защиты
<p>1. <b>Навязывание роли.</b> Угадав желания человека, манипулятор начинает навязывать роль Незаменимого Работника, Бескорыстной Сотрудницы, Всеми Обожаемого, Неотразимой и т.п. Например, «Верочка, мы все прекрасно знаем, что</p>	<p>Задайте себе вопрос: «С чего это вдруг он стал открывать мне глаза?»</p>
<p>если вы этого не сделаете, это никто не сделает...»</p>	
<p>2. <b>Вас делают другом.</b> Манипулятор доверительно рассказывает о себе, а затем обращается с какойнибудь обременительной просьбой: «Я вижу, вы мне так сочувствуете... вот спасибо... я думаю., вы не откажетесь...»</p>	<p>Прервать его высказывания вопросом: «Вы это о чем?»</p>
<p>3. <b>Доброжелатель.</b> Чрезвычайно любезно и доброжелательно расспрашивает о личных делах, трудностях, затем обращается с просьбой, в которой после такого разговора трудно отказать</p>	<p>Подумайте: «А мое ли это дело?» Не поддавайтесь пафосу собеседника, отдавайте себе отчет в том, насколько вы сами считаете этот проект первоочередным</p>
<p>4. <b>«Дружим против общего врага».</b> Манипулятор доверительно сообщает о том, как плохо высказался о вас руководитель или коллега. Он возбуждает неприязнь к «недоброжелателю», подталкивая в определенным действиям</p>	<p><b>Отказ от роли</b> К примеру: «К сожалению, люди любят преувеличивать...»</p>

<p><b>5. Вас делают соратником по общему делу.</b> Например, посетитель доверительно, с расчетом на понимание и сочувствие, посвящает вас в свой замечательный проект реорганизации работы фирмы. И тут же просит именно его бумаги показать директору в первую очередь</p>	<p><b>«Заезженная пластинка»</b> Каждый раз в ответ на просьбу следует повторять: «Рад бы вам пойти навстречу, но ничего не могу сделать»</p>
<p><b>6. Туманные намеки.</b> Манипулятор не высказывает прямо свою бестактную просьбу, а ходит вокруг да около</p>	<p>Не проявлять дружеского участия в разговоре с малознакомым человеком, не замечать намеков</p>
<p><b>7. Берет измором.</b> Манипулятор с обворожительной улыбкой снова и снова повторяет одну и ту же просьбу, выполнить которую вы не можете или не хотите</p>	<p>Не быть откровенным с человеком, которого вы не считаете другом, и не считать себя обязанным делать то, о чем просит участливый человек</p>

### 1.3 Задания для самоконтроля

Вопрос 1. Деловое общение основывается на знаниях:

1. социологии;
2. психологии;
3. менеджмента;
4. логики;
5. всех вышеперечисленных дисциплин.

Вопрос 2. К вербальным средствам общения относятся:

1. устная речь;
2. письменная речь
3. устная и письменная речь;
4. интонации голоса;
5. грамотность.

Вопрос 3. Какие из перечисленных средств общения относятся к невербальным?

1. жесты;
2. позы;
3. мимика;
4. выражение лица;
5. все перечисленные.

Вопрос 4. В процессе общения за восприятием сообщения партнером следует ... .

1. оценка сообщения;
2. интерпретация сообщения;
3. обратная связь;
4. выделение и понимание смысловой части;
5. передача сообщения.

Вопрос 5. Ключевая фаза общения – это ....

1. восприятие;
2. выбор канала передачи сообщения;
3. прогноз имеющейся у собеседника картины мира и стремление в максимальной степени приблизить к ней наше сообщение;
4. выбор слов и грамматики;
5. обратная связь.

Вопрос 6. Невербальные компоненты общения наиболее значимы ....

1. в первые минуты знакомства;
2. в процессе обмена информацией;
3. при аргументировании;
4. в процессе спора;
5. в завершении общения.

Вопрос 7. Какой вид улыбки наиболее уместен в деловом общении?

1. заискивающая;
2. адекватная ситуации;
3. дружелюбная;
4. ироничная;
5. насмешливая.

Вопрос 8. Если человек во время разговора часто отводит глаза от своего собеседника, это может означать:

1. он собирается с мыслями;
2. он нервничает;
3. разговор его мало интересует;
4. просьбу не перебивать, ещё не всё сказано;
5. в зависимости от ситуации, возможен любой из приведенных вариантов

Вопрос 9. Склонность людей к переоценке различных психологических качеств человека – это

1. Фактор превосходства,
2. Фактор привлекательности,
3. Фактор отношения
4. Фактор уважения
5. Фактор примирения

Вопрос 10. Влияние на первое впечатление о человеке оказывает:

1. Поведение
2. Возраст;
3. Внешний вид;
4. Все ответы верны

## **Часть 2. Психология конфликтов в общении.**

### **Тема 2.1 Основы конфликтологии.**

#### **Необходимый теоретический минимум**

Конфликт – это сложное, многомерное, многоуровневое социально психологическое явление. Под конфликтом также понимают борьбу за ценности и притязания на определенный статус, власть и ресурсы, в которой целями противника являются нейтрализация, нанесение ущерба или устранения соперника.

В конфликте принимают участие индивиды, социальные группы, национально-этнические общности, государства и группы стран, объединенные теми или иными целями и интересами.

Выделяют также конфликт и на уровне отдельного индивида, между элементами внутренней структуры личности. Внутри – личностный конфликт также является социально-психологическим, а не только психологическим феноменом, т. к. удовлетворение взаимоисключающих потребностей, целей, ценностей, интересов связано с целой системой определенных социальных отношений.

Конфликты возникают по самым различным причинам и мотивам: психологическим, экономическим, политическим, ценностным, религиозным и т. д.

В методологическом аспекте конфликт есть определенное качество взаимодействия между людьми, которое выражается в противоборстве между его различными сторонами. Если противоборство сторон осуществляется на уровне отдельного индивида, такими сторонами будут выступать различные мотивы личности, составляющие ее внутреннюю структуру. Люди преследуют в конфликте те или иные цели и борются за утверждение своих интересов.

Т.о. конфликт – это своеобразное качество взаимодействия (между людьми или элементами внутренней структуры личности), выражающееся в противоборстве сторон ради достижения своих интересов и целей.

В основе всех конфликтов лежат противоречия, возникающие между людьми или внутри структуры самой личности. Эти противоречия могут носить объективный и субъективный характер, т. е. быть обусловленными субъективными или мнимыми личностными факторами. Однако, не все противоречия вызывают развитие конфликта, некоторые из них могут существовать в бесконфликтной форме, лишь в определенной социальной ситуации приобретая конфликтную форму (например, противоречие между мужчиной и женщиной).

Конфликт всегда развивается во взаимодействии социальных субъектов. Это касается и внутри – личностного конфликта, для возникновения которого также необходимо социальное окружение. Однако не всякое социальное взаимодействие является конфликтом, а только то, в котором обнаруживаются острые противоречия. Так, товарищеское, дружеское сотрудничество, обычно не приводят к конфликту.

Для возникновения конфликта необходимо сознание, поэтому борьбу, происходящую в неорганическом мире нельзя с полным правом назвать конфликтом.

В отличие от борьбы за существование у животных конфликт как качество социального взаимодействия возникает на основе деятельности людей и их интересов. Он носит временный характер.

Соревнование отличается от конфликта тем, что регулируется различного рода правилами, процедурами и соглашениями, с которыми, заранее согласны все участники соревнования. Конфликт может возникнуть только в случае, когда нарушаются правила соревнования. Конфликт – это не игра, сопровождающаяся приятными эмоциями, это серьезное отрицательно окрашенное социально - психологическое явление.

Объектом конфликта является та ценность, по поводу которой возникает столкновение интересов противоборствующих сторон. Возникновение конфликта возможно только при наличии его объекта, который может быть истинным, реальным, так и потенциальным, ложным, иллюзорным.

Предметом конфликта служат те противоречия, которые возникают между взаимодействующими сторонами и которые они пытаются разрешить посредством противоборства.

### **Структура конфликта**

Объект конфликта – это ценность, которая способна удовлетворить потребность, из-за овладения которой возникает конфликт. Ценности могут быть:

- а) материальные;
- б) социальные;
- в) духовные.

Участники конфликта, которыми могут быть отдельные индивиды, социальные группы, организации, государства, коалиции государств. В зависимости от роли участника в конфликте различают:

✓ противодействующие стороны или противников – главные участники конфликта, образующие его стержень. Выход из противоборства одного из противников прекращает конфликт. Важнейшими характеристиками противоборствующих сторон являются их физические, социальные, материальные и интеллектуальные возможности, навыки и умения;

✓ подстрекатель – это физическое лицо, организация или государство, подталкивающее другого участника к конфликту. Сам подстрекатель может затем в этом конфликте и не участвовать; его задача ограничивается тем, чтобы спровоцировать, развязать конфликт между другими лицами (группами);

✓ пособник – лицо, содействующее конфликту советами, технической помощью и другими способами;

✓ организатор – это физическое лицо или группа, планирующее конфликт, намечающее его развитие, предусматривающее различные пути обеспечения и

охраны участников и др. Организатор может в одном лице совпадать с противоборствующей стороной, но может быть и самостоятельной фигурой.

Социальное и психологическое значение участников конфликта может быть различным.

### **Типы конфликтов по характеру сторон:**

- ✓ внутриличностный – один аспект личности противостоит другому ее аспекту (конфликт Гамлета);
- ✓ межличностный – одна личность противостоит другой (конфликт Ивана Ивановича с Иваном Никифоровичем в повести Гоголя);
- ✓ конфликт типа личность – группа (представлен Грибоедовым в его пьесе «Горе от ума»);
- ✓ конфликт группа – группа, носителями которого могут быть как малые, так и большие социальные образования, например, нации, классы, государства.

Условия конфликта – конкретно-исторические и социально-психологические условия, в которых конфликт развертывается, социальная среда.

Социальная среда – та почва, на которой возникает и развивается конфликт, включая не только ближайшее, но и дальнее, более широкое окружение конфликтующих сторон, те большие социальные группы, к которым они принадлежат, национальные или классовые, а также общество в целом.

Субъективное восприятие или образ конфликта, который создается у действующих в данной конфликтной ситуации лиц или групп. Образ конфликта может не соответствовать истинному положению дел. Эти образы являются непосредственной основой поведения конфликтантов.

Виды образов, восприятий:

- ✓ а) представления о самих себе;
- ✓ б) восприятие других участников конфликта;
- ✓ в) образы внешней среды, большой и малой, в которой развертывается конфликт.

Для начала конфликта необходима реализация образов, восприятия, представления о конфликтной ситуации в соответствующих обоюдных действиях.

Способы действий и поведение сторон конфликта зависит от объективных и субъективных причин конфликта, возникающих как на его ближних, так и на дальних подступах, а также от состава участников. В процессе конфликта происходит взаимодействие участников: действия одного из участников вызывают соответствующее противодействие, другого.

Определение временных, пространственных и системных границ конфликта является важной предпосылкой успешного регулирования, предотвращения его деструктивного результата.

Конфликт представляет собой длительный процесс, т. к. на вызревание причин, формирование состава участников конфликта, их взаимодействие и тот или иной исход конфликта требуется время.

## Функции конфликта

Функция конфликта – роль, которую выполняет конфликт по отношению к обществу и его различным структурным образованиям: социальным группам, организациям и индивидам.

По совпадению результатов конфликта с целями различают:

1) явные функции конфликта – функции, для которых характерно совпадение результатов конфликта с целями, которые провозглашали и преследовали оппоненты конфликта;

2) скрытые (латентные) функции конфликта – последствия отличаются от ранее провозглашенных участниками конфликта намерений и могут оказаться неожиданными, не отвечающими целям участников конфликта. Они обнаруживаются лишь с течением времени.

По конструктивности различают:

1) общие конструктивные функции конфликта проявляются на различных уровнях социальной системы и имеют следующее значение:

а) информационное значение конфликта – состоит в обнаружении и фиксации противоречий и проблем в обществе, организации, группе, свидетельствует о том, что эти противоречия достигли уже большой зрелости и необходимо принимать неотложные меры по их устранению;

б) способствуют разрешению противоречий, устранению тех недостатков и просчетов в социальной организации, которые привели к конфликту;

в) интегративное значение – объединение перед общим врагом, в решении возникших проблем;

г) способствуют снятию социальной напряженности и ликвидации стрессовой ситуации;

д) разрешение конфликта приводит к стабилизации социальной системы, предотвращению более серьезных конфликтов, которые могли бы иметь место, если бы данный конфликт не случился;

е) выяснение соотношения сил социальных групп или общностей и предотвращение более разрушительных конфликтов;

2) конструктивные функции конфликта на личностном уровне – касаются влияния конфликта непосредственного на личность и способствуют:

а) самопознанию и адекватной самооценке личности;

б) лучшему узнаванию союзниками друг друга, а также определению сил противника;

в) снятию психической напряженности в группе, при положительном разрешении конфликта;

г) адаптации и социализации человека, развитию его как личности, набору опыта за небольшой отрезок времени;

д) самореализации и самоутверждению;

Общие деструктивные функции конфликта могут приводить к следующим последствиям:



- а) к большим человеческим жертвам и материальным потерям;
- б) к состоянию дестабилизации и дезорганизации стороны противоборства;
- в) к замедлению темпов социального, экономического, политического и духовного развития общества;
- г) к дезинтеграции общества, разрушению социальных коммуникаций и социокультурному отчуждению социальных образований внутри общественной системы;
- д) к нарастанию в обществе настроений пессимизма и упадком нравов;
- е) к новым, более деструктивным конфликтам;
- ж) к снижению уровня организации системы, снижению дисциплины и эффективности деятельности;

Деструктивные функции конфликта на личностном уровне могут приводить к следующим последствиям:

- а) к негативному воздействию на социально-психологический климат в группе (появлению чувства подавленности, пессимизма и тревоги, приводящие личность в состояние стресса);
- б) к разочарованию в своих возможностях и способностях, к деидентификации личности;
- в) к развитию чувства неуверенности в себе, потере прежней мотивации и разрушению имеющихся ценностных ориентаций и образцов поведения;
- г) к отрицательной оценке человеком своих партнеров по совместной деятельности, разочарованию в своих коллегах и недавних друзьях;
- д) к развитию для общения видов поведения (безынициативность, критиканство, буквоедство, поиск виноватых, самобичевание и т. д.).

### **Динамика конфликта**

Динамика конфликта – это процесс изменения конфликта.

Этапы конфликта:

1) предконфликтная ситуация – это время вызревания конфликта, развития и обострения противоречий, его вызывающих. Противоречия и факты, приводящие к противоборству, в этот период скрыты и явно не обнаруживаются. Будущие оппоненты конфликта еще не осознают нарастание и последствия уже наметившегося конфликта. Для предконфликтной ситуации характерно существование реальной возможности конфликта, который еще может быть разрешен «мирным» путем. Осознание причин потенциального конфликта в предконфликтной ситуации может быть адекватным (правильным) и неадекватным. При неадекватном восприятии причин конфликта он не может быть устранен окончательно, т. к. истинные причины конфликта рано или поздно дадут о себе знать, а задержка с разрешением конфликта может только усилить его остроту.

2) открытый конфликт наступает в случае, если противоречие интересов достигает такой степени зрелости, что их уже невозможно не замечать или скрывать, наличие противоборства становится очевидным всем. Стадии открытого конфликта:

а) инцидент – это пусковой механизм, который инициирует открытое противоборство сторон, начало конфликта. В отличие от инцидента повод (конкретное событие, которое служит толчком, предметом к началу конфликтных действий) – это ещё не конфликт. Для инцидента характерно обнажение позиций сторон, деление на «своих» и «чужих», однако реальные силы противников еще до конца не известны, что может способствовать сдерживанию развития конфликта или дальнейшему его развитию. На этой стадии производится: «разведка», сбор информации об истинных возможностях и намерениях оппонентов, поиск союзников и привлечение на свою сторону дополнительных сил. Ещё сохраняется возможность решить конфликт мирным путем.

3) эскалация конфликта – стадия развернутого конфликта, когда обострение противоречий между его участниками достигает максимума и происходит мобилизация всех ресурсов: материальных, политических, финансовых, информационных, физических, психических и др. Переговоры и другие мирные способы разрешения конфликта на этой стадии затруднены. Разум уступает место эмоциям, могут теряться первоначальная причина и основная цель конфликта, на первое место выдвигаются новые причины и новые цели. Конфликт приобретает спонтанный, неуправляемый характер.

На этой стадии происходит создание образа врага, демонстрация силы и угроза ее применения, применение насилия, наблюдается тенденция к расширению и углублению конфликта.

4) завершение конфликта – окончательный этап открытого периода конфликта, который может наступать при явном ослаблении одной или обеих сторон или исчерпание их ресурсов, не позволяющих вести дальнейшее противоборство, очевидной бесперспективности продолжения конфликта и ее осознание его участниками, преобладании одной из сторон и ее способность подавить оппонента или навязать ему свою волю, появление в конфликте третьей стороны и ее способность и желание прекратить противоборство. Завершение конфликта может быть достигнуто путем устранения оппонента или обоих оппонентов, устранения объекта конфликта, изменения позиций обеих или одной из сторон конфликта, при участии в конфликте новой силы, способной завершить его путем принуждения, при обращении субъектов конфликта к арбитру и завершение его при посредстве третейского судьи или путем переговоров. Завершение конфликта может быть мирным или насильственным, конструктивным или деструктивным.

5) послеконфликтный период – период ликвидации основных видов напряженности, нормализация отношений между сторонами.

### **Типы конфликтов**

В зависимости от сторон конфликта выделяют:

1) внутри – личностные конфликты – конфликты между элементами структуры личности. выражаются в острых негативных переживаниях личности, порожденных ее противоречивыми стремлениями. По своей природе и содержанию являются во многом психологическими, хотя они имеют и социальную окраску. Вызываются

противоречиями мотивов, интересов, ценностей и самооценок личности и сопровождаются эмоциональным напряжением и негативными переживаниями сложившейся ситуации. Может носить и деструктивный и конструктивный характер, т. е. иметь как положительное, так и отрицательное последствия для личности. Причинами внутри – личностного конфликта могут быть противоречие потребностей, противоречие между внутренней потребностью и социальной нормой, противоречие между различными ролями индивида, трудность выбора между различными вариантами поведения;

2) межличностные конфликты – столкновение между отдельными индивидами в процессе их социального и психологического взаимодействия. Большое значение в межличностном конфликте имеют личностные качества людей, их психические, социально-психологические и нравственные характеристики, их межличностная совместимость или несовместимость. Причины этих конфликтов могут быть самыми разнообразными;

3) конфликты между личностью и группой – это более многоплановые конфликты, которые кроме внутри – личностных и межличностных причин включают причины, обусловленные групповой организацией. Они возникают в том случае, когда одна из личностей занимает позицию, отличающуюся от позиций группы. Могут быть конструктивными (способствует укреплению связи личности с группой, формированию личностной и групповой идентификации и интеграции) и деструктивными ( дезидентификация личности и групповая дезинтеграция);

4) межгрупповые конфликты – наиболее частый вид конфликтов, который выражается в столкновении интересов различных групп. Причинами межгрупповых конфликтов могут быть: экономические, политические, национально-этнические и т. д. В зависимости от уровня социальных групп конфликт имеет свои особенности возникновения и способы их разрешения. На уровне малых социальных групп большую роль в возникновении межгруппового конфликта играет социальная идентификация групп, которая вызывает социальную дифференциацию между группами. Для больших социальных групп характерна большая масштабность и глубина конфликтов;

5) международные – возникают между отдельными государствами или группами государств. Основой этих конфликтов являются противоречия интересов стран.

По сферам жизнедеятельности людей выделяют:

- ✓ бытовые;
- ✓ трудовые;
- ✓ семейные;
- ✓ воинские;
- ✓ учебно-педагогические и др.

По характеру объектов, по поводу которых возникают конфликты: 1) статусно-ролевые; 2) ресурсные; 3) социокультурные; 4) идеологические.

По направленности воздействия и распределения полномочий выделяют: 1) конфликты «по вертикали» (начальник – подчиненный); 2) конфликты «по горизонтали» (между коллегами).

По временным параметрам конфликты подразделяются на:

- ✓ кратковременные;
- ✓ быстротечные;
- ✓ длительные.

По результативности конфликты делятся на:

- 1) конструктивные – конфликты, несущие положительные последствия (укрепление сотрудничества в группе, достижение какого-либо результата);
- 2) деструктивные – конфликты, несущие негативные последствия (распад группы, нецивилизованные формы взаимоотношений между людьми).

По характеру причин:

- ✓ реалистические конфликты – конфликты, служащие средством для достижения какого-либо результата, находящегося вне конфликта;
- ✓ нереалистические – объект неотделим от самого конфликта и совпадает с ним.

### **Противоречия и причины, вызывающие конфликт.**

Предпосылки и причины конфликтов условно можно разделить на:

1) общие причины и предпосылки:

- а) неблагоприятные материальные условия жизнедеятельности большинства граждан;
- б) отрицательные групповые настроения, состояние незащитности и т. п.;
- в) недостатки внимания к нуждам, запросам и социальным ожиданиям людей;
- г) противоречия в общественном мнении и негативные настроения;
- д) различные виды дифференциации людей (по возрасту, опыту, национальной принадлежности и т. д.);
- е) недостатки в организации трудового, образовательного процесса, досуга;
- ж) недостатки в руководстве и работе с людьми (игнорирование или слабое удовлетворение их интересов и потребностей, чувство незащитности, социальной несправедливости, бесправия);

3) возникновение отрицательно направленных микрогрупп и негативного лидерства;

и) деформации социализации граждан и увеличение числа людей с негативным отношением к социальной среде, нормам, порядкам, с низким уровнем социального сознания, моральности, духовности, ослаблением потребности к труду, усилившимися примитивными потребностями, негативными бытовыми привычками (пьянство, наркомания, вседозволенность в отношениях с окружающими), агрессивностью, злопамятством, жестокостью, склонностью к силовому поведению;

## 2) личностные причины:

а) расхождение ценностных ориентаций, целей, мотивов, интересов и потребностей. Ценностные характеристики всегда относительны и индивидуальны: одни гибнут за металл, другие – за идею. Расхождение личностных смыслов и значений является одной из основных причин конфликтов и определяет линию поведения в конфликте, его стратегию и тактику;

б) несовпадение характеров индивидов – эта причина особенно характерна для групп, находящихся в длительном, локальном и постоянном общении. Так, конфликты часто возникают при длительном общении холерика и меланхолика. Особенно тяжелы в общении люди с выраженными акцентуациями характера;

в) противоречие между различными установками личности, образующими идеальные типы индивидуальности. Так, чревато конфликтом взаимодействие теоретика и практика в силу их противоположных внутренних жизненных устремлений: теоретик во всем ищет истину, а практик – пользу;

г) неадекватные представления (разрыв между ожидаемым и реальным результатом), оценки (например, оценка руководителем подчиненных и подчиненными руководителя) и самооценки являются особенно частой причиной конфликтного поведения в деловом общении, в котором нельзя по собственной воле выйти из взаимодействия или применить тактику избегания;

д) различия в манерах поведения, которые уменьшают степень взаимопонимания между людьми и затрудняют их сотрудничество, также могут стать причиной конфликта;

е) различия в этических ценностях людей, когда нравственные нормы поведения одних вступают в противоречие с нормами других.

### Причины конфликтов в организации:

1) распределение ресурсов – необходимость делить ресурсы почти неизбежно ведет к различным видам конфликта (несправедливости в оценке труда людей и вознаграждении за труд, необъективное, незаслуженное восхваление одних и заниженная оценка других сотрудников);

2) взаимозависимость задач от другого человека или группы. Определённые типы организационных структур увеличивают возможность конфликта (матричная структура организации, где умышленно нарушается принцип единоначалия);

3) неудовлетворительные коммуникации могут действовать как катализатор конфликта, мешая отдельным работникам или группе понять ситуацию или точки зрения других (например, неточное описание должностных обязанностей).

## Методы разрешения конфликтной ситуации

Различают структурные и межличностные методы разрешения конфликтов.

### Структурные методы:

✓ метод разъяснения требований заключается в объяснении людям результатов, которые от них требуются. Наиболее эффективно используется при решении конфликтов в организации. Разъясняя каждому сотруднику и подразделению, какие

результаты от них ожидаются, руководитель должен донести до подчиненных уровень результатов, который должен быть достигнут, кто предоставляет и кто получает различную информацию, систему полномочий и ответственности, а также четко определить политику, процедуры и правила;

✓ координационно-интеграционные методы – установление иерархии полномочий, упорядочивающий взаимодействия людей, принятие решений и информационные потоки внутри организации. Установление принципа единоначалия облегчает использование иерархии для управления конфликтной ситуацией, так как подчиненный знает, чьи решения он должен исполнять. При возникновении разногласий по какому-либо вопросу между сотрудниками он решается руководителем и исчерпывается конфликтом. Для решения конфликтной ситуации между подразделениями часто используется такой метод интеграции, как создание межфункциональных, целевых групп, межотдельских совещаний;

✓ общеорганизационные комплексные цели – направление усилий всех участников на достижение общей цели. Совместное осуществление этих целей приводит к сплочению коллектива, предотвращает конфликты; структура системы вознаграждений – используется как метод оказывания влияния на людей для избежания дисфункциональных последствий. Люди, старающиеся подойти к решению проблемы комплексно, должны вознаграждаться благодарностью, премией, признанием или повышением по службе. Однако система вознаграждений не должна поощрять неконструктивное поведение отдельных лиц или групп.

### **Межличностные методы или стили разрешения конфликтов:**

1) уклонение – метод реагирования на конфликт, выражающийся в игнорировании и фактическом отрицании конфликта. Используется в том случае, когда затрагиваемая проблема не представляет важности, ее решение может быть отсрочено, в безнадежном положении, когда человек чувствует себя неправым или вынужден подчиняться. Его используют также в случае необходимости общения со сложным человеком; сглаживание – удовлетворение интересов другой стороны через

2) приспособление, уступки, соглашение, жертвование своими интересами в пользу другого человека. Используется в случае малой значимости случившегося, когда необходимо сохранить мир и добрые отношения, когда итог намного важнее для другого человека, чем для вас, в случае понимания своей неправоты, когда мало власти или мало шансов победить и др.

3) конкуренция – используется активными людьми, предпочитающими идти к разрешению конфликта своим собственным путем. Может быть использован в случаях, когда исход очень важен и на него делается большая ставка, при обладании достаточным авторитетом для принятия решения, при необходимости быстрого принятия решения, при соответствующих властных полномочиях, при отсутствии другого выбора или в случае, когда нечего терять, в критической ситуации и др. компромисс – открытое обсуждение мнений и позиций, которые направлены на

поиск решений наиболее удобного и приемлимого для обеих сторон. Используется в случае, когда недостаточно времени, при одинаковой власти, когда устраивает временное решение и др.

4) сотрудничество – форма разрешения конфликта, при котором удовлетворение интересов обеих сторон более важно, чем решение самого вопроса. Используется в случае длительного дружеского сотрудничества, когда есть время для проработки вопроса и др.

#### **Контрольные вопросы:**

1. Какие формы конфликтов вы знаете?
2. В чем заключаются объективные и субъективные причины деловых конфликтов?
3. Какие типы деловых конфликтов существуют в практике управления?
4. Опишите модель делового конфликта.
5. Какие негативные и позитивные последствия деловых конфликтов вы могли бы выделить?
6. Опишите технику и приемы улаживания деловых конфликтов.
7. Какие психологические способы регуляции деловых конфликтов вы знаете?
8. Опишите процедуру ведения переговоров в конфликтной ситуации.
9. Какие существуют способы управления конфликтным человеком?
10. В чем заключается функция коммуникативной рефлексии в процессе регулирования деловых конфликтов?
11. Какие действия разрешены и какие запрещены в конфликтной ситуации?

## **Тема 2.2. Происхождение и психологические особенности спора, дискуссии, полемики**

### **Необходимый теоретический минимум**

В Древней Греции придавалось большое значение умению спорить и отстаивать свою точку зрения. Античные мыслители первыми обратили внимание на то, что спор играл важную роль для выяснения истины. С целью публичного обсуждения острых проблем и злободневных тем они широко использовали диалог, т.е. излагали свои мысли в форме вопросов и ответов. Античные мыслители исходили из того, что о всякой вещи существует противоположное мнение, поэтому в споре каждый может отстаивать свою точку зрения, свою позицию, так как это позволяет приобретать знания не в готовом виде, а путем размышления, совместного обсуждения проблемы, поиска правильного решения.

Первым стал применять такой метод Протогор, прославившийся в Древней Греции как большой мастер спора. Публичные диспуты, которые он устраивал, вызывали огромный интерес. Способ ведения диалога, заключающийся в постановке вопросов собеседнику и показе ошибочности его ответов, позже стал использовать величайший древнегреческий философ Сократ, имя которого пережило века. Сократ утверждал, что спор может развиваться до тех пор, пока по его ходу встают и разрешаются вопросы. Это своеобразная пища для любого диалога. Если вопросы

исчерпаны, то Движение мысли прекращается. Сократовские беседы до сих пор волнуют нас, увлекают, учат, заставляют задуматься.

Сократ постоянно мыслил и заставлял мыслить других, он сомневался сам и вызывал сомнение у своих собеседников, он требовал проверки и доказательства каждой мысли, каждого выдвинутого положения, заставляя своих собеседников задумываться над смыслом и содержанием употребляемых понятий. Блестяще владея искусством спора, Сократ яростно боролся с софистами, рассматривавшими диалектику как искусство, посредством которого можно доказать любое положение, каким бы нелепым оно ни было. Для Сократа диалектика — это философское искусство вести беседу, рассуждение с целью обнаружения, выяснения истины, т.е. по Сократу диалектик тот, кто умеет ставить вопросы и давать ответы. Для софистов главное — отстоять свою правоту, активно возражая против иной точки зрения.

Подобно Сократу, диалектические беседы и софистические споры строго разграничивал и древнегреческий мыслитель Аристотель. Особый интерес вызывает аристотелевская "Тописка", восьмая книга которой полностью посвящена диалектическим дискуссиям. Это трактат, написанный для участников спора. В нем излагаются советы о том, как следует готовиться к спору перед большой аудиторией. Аристотель считает, что в любом

споре существуют общие приемы исследования вопросов, общие положения, так называемые топы, на которые должны опираться спорящие стороны.

В Древней Греции было в обиходе и слово "эристика" (от греч. *eristikos* — спорящий), которое означает искусство вести спор, полемику. Следует иметь в виду, что эристикой чаще всего называют такой спор, при котором используют любые приемы, рассчитанные только на то, чтобы победить противника.

Большое внимание искусству спора уделялось и в Древней Индии, в которой широкое распространение получили различного вида дискуссии и многочисленные диспуты.

Многие исследователи отмечают, что одной из традиций индийского спора является серьезное и вдумчивое отношение к взглядам и идеям противника. Если кто-либо начинал проповедовать новую теорию, то ее сразу не отрицали и не преследовали, а прислушивались к аргументации проповедника, взвешивали ее, оценивали, нередко принимали, если она была убедительной и опровергала старые идеи. До наших дней дошло знаменитое "индийское правило спора": прежде чем опровергать противника, нужно хорошо понять суть его позиции, удостовериться, что она правильно понята.

В Древней Индии были написаны и научные трактаты, посвященные искусству спора. Интерес представляют "Наставления о научных диспутах", принадлежащие теоретику спора и блестящему полемисту Дхармакирти. Древнеиндийские философы и мыслители большое внимание уделяли культуре спора, давали советы, как правильно вести себя во время дискуссии и диспута.

Различные проблемы спора изучались и древнекитайскими философами. По дошедшим до нас источникам известно, что они исследовали методы ведения спора,



рассматривали разные его условия, обращали внимание на психологические моменты.

В истории полемического искусства важное место занимают споры в России. Они всегда считались неотъемлемой частью духовной и общественно-политической жизни.

Предметом споров были проблемы государственного устройства, национального самосознания, вопросы философии, истории, права, литературы и искусства, принципы нравственности, этические категории и т.д. Самые яркие страницы этого искусства связаны с именами выдающихся прогрессивных деятелей — А.Н. Радищевым, Н.Г. Чернышевским, В.Г. Белинским, А.И. Герценом и многими другими.

Огромную роль в развитии искусства спора сыграли Московский и Петербургский университеты. Интересной стороной университетской жизни, событием общественного значения были диспуты — защиты диссертаций. В зале собирались студенты со всех факультетов, являлись окончившие курс кандидаты, приходило много посторонних лиц.

Присутствовавшие жаждали живой мысли, горячего спора, ярких выступлений. Разрабатывалась в России и теория спора. Наиболее значительной считается работа С.И.Поварнина "Спор. О теории и практике спора".

Мы кратко остановились на историческом прошлом спора, показали его место и значение в общественной жизни государства. Читая и анализируя труды античных мыслителей, можно познакомиться и овладеть различными приемами и техникой спора, обогатиться сведениями о психологических и этических правилах ведения спора.

В "Словаре современного русского языка" сказано, что спор — это словесное состязание, обсуждение чего-либо между двумя или несколькими лицами, при котором каждая из сторон отстаивает свое мнение, свою правоту; борьба мнений (обычно в печати) по различным вопросам науки, литературы, политики и т.д.; полемика. Разговорные значения — разногласия, ссора, препирательство; переносные — противоречие, несогласие.

Общим для всех значений слова "спор" является наличие разногласий, отсутствие единого мнения, противоборство. В современной научной литературе слово "спор" служит для обозначения процесса обмена противоположными мнениями. Однако единого определения данного понятия не существует.

Спор — это всякое столкновение мнений, разногласие в точках зрения по какому-либо вопросу, предмету, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою правоту.

В русском языке имеются и другие слова для обозначения данного явления: дискуссия, диспут, полемика, дебаты, прения. Довольно часто они употребляются как синонимы к слову "спор". В научных исследованиях эти слова нередко служат наименования отдельных разновидностей спора.

Например, дискуссией (от лат. *discussio* — исследование, рассмотрение, разбор) называют такой публичный спор, целью которого является выяснение и

сопоставление различных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правильного решения спорного вопроса. Дискуссия считается эффективным способом убеждения, так как ее участники сами приходят к тому или иному выводу.

Слово "диспут" тоже пришло к нам из латинского языка (*disp-itar* — рассуждать, *disputatio* — прение) и первоначально означало публичную защиту научного труда, написанного для получения ученой степени. Сегодня в этом значении слово "диспут" не употребляется. Под ним подразумевается публичный спор на научную и общественную тему.

Другой характер носит полемика (от древнегреч. *polemikos* — воинственный, враждебный). Polemika — это не просто спор, а такой, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон, идей и речей. Исходя из этого, полемику можно определить как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстаивать свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Из данного определения следует, что полемика отличается от дискуссии и диспута именно своей целевой направленностью. Участники дискуссии, сопоставляя противоречивые суждения, стараются прийти к единому мнению, найти общее решение, установить истину. Цель полемики иная: необходимо одержать победу над противником, отстаивать и утвердить собственную позицию. Однако следует иметь в виду, что подлинно научная полемика ведется не просто ради победы как таковой. Polemika — это наука убеждать. Она учит подкреплять мысли убедительными и неоспоримыми доводами, научными аргументами.

Слово "дебаты" французского происхождения (от франц. *debat* — спор, прения); "прения" — русское слово, зафиксированное в лексиконе XVII в. Толковый словарь определяет эти слова так: дебаты — прения, обмен мнениями по каким-либо вопросам, споры; прения — обсуждения какого-либо вопроса, публичный спор по каким-либо вопросам. Под этими словами, как правило, подразумевают споры, которые возникают при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях и т.д.

### **Классификация споров.**

Как видим, существуют разные виды споров. В научной литературе делаются попытки их систематизировать. В качестве основания берутся различные признаки. Однако единая классификация споров на сегодняшний день отсутствует.

К основным факторам, влияющим на характер спора и его особенности, относятся:

- ✓ цель спора;
- ✓ значимость проблемы спора;
- ✓ количество участников;
- ✓ форма проведения спора.

По цели различают следующие виды спора:

- ✓ спор из-за истины;
- ✓ спор для убеждения оппонента;



- ✓ спор для одержания победы;
- ✓ спор ради спора.

Спор из-за истины может служить средством для поиска истины, для проверки какой-либо мысли, идеи, для ее обоснования. В таком споре тщательно подбираются и анализируются доводы, взвешенно оцениваются позиции и взгляды противоположной стороны, т.е. по существу ведется совместное расследование истины. Конечно, такой спор возможен только между компетентными людьми, знающими данную проблему и заинтересованными в ее решении. Как подчеркивал профессор С.И. Поварнин, который в начале XX в. активно разрабатывал теорию спора, "...это высшая форма спора, самая благородная и самая прекрасная". Спор для убеждения оппонента. Здесь можно выделить два важных момента.

Иногда спорящий убеждает противника в том, в чем сам глубоко убежден, но порой он уверяет и потому, что так "надо", по долгу службы, в силу каких-либо обстоятельств и т.д.

Спор для одержания победы. Спорящие добиваются ее по разным мотивам. Одни считают, что отстаивают общественные интересы, другим нужна победа для самоутверждения, третьим нужна победа поэффектней и они не стесняются в приемах и средствах для ее одержания.

Спор ради спора. Это своего рода "искусство", "спорт". Для таких спорщиков безразлично о чем спорить, с кем спорить, зачем спорить. Им важно блеснуть красноречием. В жизни не всегда удается четко разграничить виды спора по целям, они носят условный характер.

Значимость проблемы спора. В спорах затрагиваются национальные интересы, интересы определенных социальных слоев, нередко приходится отстаивать групповые интересы. Защищаются в них также и семейные, и личные интересы. Важно понимать социальную значимость проблемы, чтобы не растрчивать силы и энергию на несущественные вопросы.

Количество участников. На специфику спора влияет количество лиц, принимающих участие в обсуждении проблемных вопросов. По этому признаку важно выделить три основные группы:

- ✓ спор-монолог (человек спорит сам с собой, это так называемый "внутренний спор");
- ✓ спор-диалог (полемизируют два лица);
- ✓ спор-полилог (ведется несколькими или многими лицами).

Споры могут проходить при слушателях и без таковых. Присутствие слушателей, даже если они не выражают своего отношения к спору, влияет на поведение спорящих.

### **Форма проведения спора.**

Споры могут быть устными и печатными. Устная форма предполагает непосредственное общение друг с другом, письменная (печатная) форма — опосредованное общение.

Устные споры, как правило, ограничены во времени и замкнуты в пространстве. Письменные споры более продолжительны.

Споры бывают организованные и неорганизованные. Организованные споры планируются, готовятся и проводятся под руководством специалистов. Полемисты имеют возможность заранее познакомиться с предметом спора, определить свою позицию, подобрать необходимые аргументы, продумать возможные возражения оппонентов. Однако спор может возникнуть и стихийно. Так бывает в учебном процессе, на собраниях и заседаниях, в бытовом общении.

Успех спора во многом зависит от состава полемистов. Важное значение имеет их уровень культуры, эрудиция, компетентность, жизненный опыт, владение полемическими навыками и умениями, знание правил публичного спора. На практике очень часто компетентность участников спора отсутствует.

### **Контрольные вопросы:**

1. Каково функциональное значение деловых конфликтов?
2. Какие в психологической литературе выделяют причины деловых конфликтов?
3. Опишите типы деловых конфликтов и коммуникативные тактики в конфликтных ситуациях.
4. Какова модель делового конфликта?
5. Какие последствия делового конфликта вы можете описать и какие способы улаживания конфликтов вы знаете?
6. В чем особенности улаживания конфликта при помощи административных способов воздействия?
7. Охарактеризуйте психологические способы регуляции деловых конфликтов.
8. Какую роль играет конфликтный человек в работающей команде?
9. Опишите правила поведения и общения в конфликтной ситуации.

### **Практически задания к части 2.**

#### **2.1 Выполните психологические тесты**

##### **Тест «Конфликтная ли Вы личность?»**

Инструкция: В каждом вопросе выберите по одному ответу, наиболее соответствующему Вашему поведению.

Вопросы:

1. В общественном транспорте начался спор на повышенных тонах. Ваша реакция?
  - а) не принимаю участия;
  - б) кратко высказываюсь в защиту стороны, которую считаю правой;
  - в) активно вмешиваюсь, чем «вызываю огонь на себя».
2. Выступаете ли на собраниях (классных часах) с критикой?
  - а) нет;
  - б) только если для этого имею веские обстоятельства;
  - в) критикую по любому поводу.
3. Часто ли спорите с друзьями?

- а) только если это люди необидчивые;
  - б) лишь по принципиальным вопросам;
  - в) споры — моя стихия.
4. Дома на обед подали недосоленное блюдо. Ваша реакция?
- а) не буду поднимать бучу из-за пустяков;
  - б) молча возьму солонку;
  - в) не удержусь от замечаний.
5. Если на улице, в транспорте Вам наступили на ногу:
- а) с возмущением посмотрю на обидчика;
  - б) сухо сделаю замечание;
  - в) выскажусь, не стесняясь в выражениях.
6. Если кто-то из близких купил вещь, которая Вам не понравилась:
- а) промолчу;
  - б) ограничусь коротким тактичным замечанием;
  - в) устрою скандал.
7. Не повезло в лотерее. Как к этому отнесетесь?
- а) постараюсь казаться равнодушным, но дам себе слово никогда больше не участвовать в ней;
  - б) не скрою досаду, но отнесусь к происшедшему с юмором, пообещав взять реванш;
  - в) проигрыш надолго испортит настроение.

#### **Оценка:**

Оцените полученные результаты: каждый ответ «а» — 4 балла; «б» — 2 балла; «в» — 0.

Подсчитайте общую сумму набранных баллов.

От 20—28 баллов. Вы тактичны и миролюбивы, уходите от конфликтов и споров, избегаете критических ситуаций на работе и дома. Может поэтому иногда называют Вас приспособленцем.

От 10—18 баллов. Вы слывете человеком конфликтным. Но на самом деле конфликтуете лишь тогда, когда нет другого выхода и все средства исчерпаны. При этом не выходите за рамки корректности, твердо отстаиваете свое мнение. Все это вызывает к Вам уважение.

До 8 баллов. Конфликты и споры — это Ваша стихия. Любите критиковать других, но не выносите критики в свой адрес. Ваша грубость и несдержанность отталкивает людей. С Вами трудно как на работе, так и дома. Постарайтесь перебороть свой характер.

#### **Тест «Пять способов регулирования конфликтов К.Томаса»**

Инструкция. Прочтите последовательно каждое из них и выберите то, которое соответствует Вашему представлению о своём поведении в конфликтной ситуации

1. **А.** Иногда я предоставляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.

**Б.** Чем обсуждать то, в чем мы расходимся, я стараюсь обратить внимание на то, с чем мы оба не согласны.

2. **А.** Я стараюсь найти компромиссное решение.

- Б.** Я пытаюсь уладить дело с учетом интересов другого и моих собственных.
3. **А.** Я обычно настойчиво стремлюсь добиться своего.
- Б.** Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
4. **А.** Я стараюсь найти компромиссное решение.
- Б.** Иногда я жертвую своими собственными интересами ради интересов другого человека
5. **А.** Улаживая спорную ситуацию, я все время стараюсь найти поддержку у другого.
- Б.** Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
6. **А.** Я пытаюсь избежать возникновения неприятностей для себя.
- Б.** Я стараюсь добиться своего.
7. **А.** Я стараюсь отложить решение спорного вопроса с тем, чтобы со временем решить его окончательно.
- Б.** Я считаю возможным в чем-то уступить, чтобы добиться другого.
8. **А.** Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.
- Б.** Я первым делом стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и вопросы.
9. **А.** Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникающих разногласий.
- Б.** Я предпринимаю усилия, чтобы добиться своего.
10. **А.** Я твердо стремлюсь достичь своего.
- Б.** Я пытаюсь найти компромиссное решение.
11. **А.** Первым делом я стараюсь определить то, в чем состоят все интересы и вопросы.
- Б.** Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
12. **А.** Зачастую я стараюсь избегать занимать позицию, которая может вызвать споры.
- Б.** Я даю возможность другому в чем-то остаться при своем мнении, если он также идет мне навстречу.
13. **А.** Я предлагаю среднюю позицию.
- Б.** Я настаиваю, чтобы было сделано по-моему.
14. **А.** Я сообщаю другому свою точку зрения и спрашиваю о его взглядах.
- Б.** Я пытаюсь показать другому логику и преимущество моих взглядов.
15. **А.** Я стараюсь успокоить другого и главным образом сохранить наши отношения.
- Б.** Я стараюсь сделать все необходимое, чтобы избежать напряженности.
16. **А.** Я стараюсь не задеть чувства другого.
- Б.** Я стараюсь убедить другого в преимуществах моей позиции.
17. **А.** Обычно я настойчиво стараюсь добиться своего.
- Б.** Я стараюсь сделать все, чтобы избежать бесполезной напряженности.
18. **А.** Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем.

**Б.** Я даю другому возможность остаться при своем мнении, если он тоже идет мне навстречу.

19. **А.** Первым делом я стараюсь ясно определить то, в чем состоят все затронутые интересы и спорные вопросы.

**Б.** Я стараюсь отложить решение спорного вопроса с тем, чтобы решить его окончательно.

20. **А.** Я пытаюсь немедленно преодолеть наши разногласия.

**Б.** Я стараюсь найти наилучшее сочетание выгод и потерь для нас обоих.

21. **А.** Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.

**Б.** Я всегда склоняюсь к прямому обсуждению проблемы.

22. **А.** Я пытаюсь найти позицию, которая находится посередине между моей позицией и точкой зрения другого человека.

**Б.** Я отстаиваю свои желания.

23. **А.** Как правило, я озабочен тем, чтобы удовлетворить желания каждого из нас.

**Б.** Иногда я представляю возможность другим взять на себя ответственность за решение спорного вопроса.

24. **А.** Если позиция другого кажется ему очень важной, я постараюсь пойти навстречу его желаниям.

**Б.** Я стараюсь убедить другого прийти к компромиссу.

25. **А.** Я пытаюсь показать другому логику и преимущество моих взглядов.

**Б.** Ведя переговоры, я стараюсь быть внимательным к желаниям другого.

26. **А.** Я предлагаю среднюю позицию.

**Б.** Я почти всегда озабочен тем, чтобы удовлетворить желания другого.

27. **А.** Зачастую я избегаю занимать позицию, которая может вызвать споры.

**Б.** Если это сделает другого счастливым, я дам ему возможность настоять на своем.

28. **А.** Обычно я настойчиво стремлюсь добиться своего.

**Б.** Улаживая ситуацию, я обычно стараюсь найти поддержку у другого.

29. **А.** Я предлагаю среднюю позицию.

**Б.** Думаю, что не всегда стоит волноваться из-за каких-то возникающих разногласий.

30. **А.** Я стараюсь не задеть чувств другого.

**Б.** Я всегда занимаю такую позицию в спорном вопросе, чтобы мы совместно с другим заинтересованным человеком могли добиться успеха.

### **Ключ к тесту**

- ✓ **Избегание** — это отсутствие стремления к сотрудничеству, но одновременно с этим нет и стремления к достижению своих целей; участники (или один из них) делают вид, что конфликта вообще нет, игнорируют его (1А, 5Б, 6А, 7А, 9А, 12А, 15Б, 17Б, 19Б, 23А, 27А, 29Б).
- ✓ **Уступчивость** - принесение своих интересов в жертву другому, согласие на свой проигрыш ради сохранения хороших отношений (1Б, 3Б, 4Б, 11Б, 15А, 16А, 18А, 21А, 24А, 25Б, 27Б, 30А).

- ✓ **Компромисс** - обмен взаимными частичными уступками. Оба участника частично выигрывают, но и частично вынуждены отказаться от своих целей, что сохраняет напряженность и может привести к возобновлению конфликта (2А, 4А, 7Б, 10Б, 12Б, 13А, 18Б, 20Б, 22А, 24Б, 26А, 29А).
- ✓ **Соперничество** - стремление добиться своего в ущерб другому и во что бы то ни стало (3А, 6Б, 8А, 9Б, 10А, 13Б, 14Б, 16Б, 17А, 22Б, 25А, 28А).
- ✓ **Сотрудничество** - совместный поиск решений, полностью удовлетворяющих интересы обоих участников (2Б, 5А, 8Б, 11А, 14А, 19А, 20А, 21Б, 23А, 26Б, 28Б, 30Б).

**Тест «Критика и вы»** Выберите один из вариантов ответов на каждый из предлагаемых ниже вопросов. Затем с помощью ключа проанализируйте свой выбор.

1. Считаете ли вы критику .методом изживания недостатков в работе отдельных лиц или коллективов?

- а) да, я считаю критику необходимым и нормальным элементом жизнедеятельности любого коллектива;
- б) критика лишь осложняет отношения в коллективе, поэтому я ее не признаю;
- в) критика допустима, но не следует преувеличивать ее роль и прибегать к ней часто.

2. Как вы относитесь к публичной критике?

- а) считаю публичную критику действенной формой изживания недостатков;
- б) полагаю, что лучше высказать имеющиеся замечания человеку в кабинете, чем публично на людях;
- в) предпочитаю «кулуарную критику», то есть критику «за глаза», в неслужебной обстановке, в полуплутливой форме.

3. Можно ли, по-вашему, критиковать начальство?

- а) да, конечно;
- б) не следует подрывать авторитет руководителя, поэтому публично критиковать начальство недопустимо; в) можно, но крайне осторожно.

4. Как вы относитесь к самокритике?

- а) стараюсь быть объективным к себе и «своей» службе и, если вижу недостатки, открыто признаю их сам, не дожидаясь, пока на них укажут другие;
- б) обычно я знаю недостатки работы «своей» службы и моей лично, но не спешу себя критиковать;
- в) критиковать себя ни к чему, так как охотников тебя поругать всегда хватает.

5. Высказывая критические замечания, стараетесь ли вы выражаться мягко, корректно, тактично, так, чтобы не задеть личность критикуемого?

- а) да, разумеется;
- б) нет, считаю, что чем сильнее задета личность критикуемого, тем лучше;
- в) все зависит от этой самой «личности»: если она уж очень обидчива — учитываю это, а если нет — особо не церемонюсь.

6. Выступая с критическими замечаниями, стараетесь ли вы «подсластить пилюлю» указаниями на положительные моменты в деятельности объекта критики?



- а) да, обычно стараюсь;
- б) нет, не вижу в этом необходимости;
- в) если плохо знаю критикуемого или мне известно, что он обидится, тогда стараюсь.

7. Дозируете ли вы объем критики, стараетесь ли соблюсти некую «меру критики»?

- а) да, я стараюсь критиковать не более чем за один недостаток;
- б) нет, обычно высказываю все, что, на мой взгляд, плохо в деятельности объекта критики;
- в) стараюсь критиковать только по существу, не отвлекаясь на частности.

8. Вносите ли вы в ходе критического выступления какие-либо предложения для исправления положения или ограничиваетесь указанием на имеющиеся недостатки?

- а) да, я считаю, что тот, кто критикует, должен что-то предложить, иначе он критиковать не в праве, поэтому и стараюсь внести какие-либо предложения;
- б) нет, я полагаю, что главное — обнажить проблему, указать на недостаток, а как его устранить — дело критикуемой службы или других компетентных органов и специалистов;
- в) как правило, предпочтительней конструктивная критика, но если даже и трудно что-либо предложить, все равно нельзя замалчивать недостатки.

9. Какова обычно ваша первая реакция на критику?

- а) стремлюсь тут же ответить, сразу прошу слова или говорю с места;
- б) переживаю молча, с обидой, от ответного выступления стараюсь уклониться;
- в) обдумываю критику, выступать с ответом не спешу, но если настаивают, не отказываюсь.

10. Какое поведение характерно для вас при ответе на критику?

- а) как правило, стараюсь признать критику, даже если она не во всем объективна;
- б) прибегаю к методу «защиты от противного», то есть критикую критикующего;
- в) поскольку критика подрывает мой авторитет (или авторитет «моей службы»), пытаюсь защищаться, отвести критику, указать на смягчающие объективные обстоятельства и т. п.

11. Раздражает ли вас критика?

- а) да, как правило;
- б) не очень;
- в) смотря кто и как критикует.

12. Появляется ли у вас чувство неприязни к критикующему вас человеку?

- а) да, как правило;
- б) нет, крайне редко;
- в) да, если критика несправедлива или высказывается в резкой, обидной форме.

13. Как вы в дальнейшем строите отношения с критикующим вас человеком?

- а) как и прежде;
- б) стараюсь при случае «ответить взаимностью» или ущемить его интересы другим доступным мне способом;
- в) некоторое время «обхожу» этого человека, стараюсь не вступать с ним в контакт.

14. Как вы относитесь к тем, кто сам себя критикует?

- а) считаю их «приспособленцами», «трусишками», «угодниками»;
- б) нормально отношусь, что тут особенного;
- в) советую впредь не торопиться с самокритикой.

15. Существует ли уголовная ответственность за преследование критикующих?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

16. Вопрос-шутка: какое высказывание о критике вам ближе?

- а) критика — это лекарство, ее надо уметь применять и принимать;
- б) управленческая деятельность — тоже творчество, поэтому пусть меня оценивают те, кому положено, а не всяк, кому не лень;
- в) и на критику существует мода.

8-18 баллов. Ваше отношение к критике скорее негативное, чем позитивное. Вы не любите, когда критикуют вас, а критикуя других, нередко утрачиваете чувство меры. И в том и другом случае вы весьма эмоциональны, легко возбуждаетесь, можете вспылить, допустить резкость. Вам необходим некий «комплекс стабильности», то есть чувство уверенности в себе, в правомерности своих действий и решений, а для этого следует активно повышать свой деловой уровень, не переоценивая себя, но и не умаляя достоинств.

19-32 балла. Вы терпеливо относитесь к критике, считаете ее допустимым элементом управленческой жизни, не переоценивая однако ее значения. Ваше поведение в роли критикуемого и критикующего можно охарактеризовать как «контролируемую эмоциональность» — вы редко «выходите из себя». В то же время вам не чуждо чувство обиды, желание «насолить» критикам, оправдать свои ошибки.

33-46 баллов. Вы по-деловому относитесь к критике, достаточно спокойно ее воспринимаете, мужественно и открыто признаете свои ошибки. Изредка вас посещает чувство досады на критику, однако вы не перебарщиваете, не стараетесь оправдаться, сваливая вину на других. Хорошее знание своего дела, уверенность в том, что вы на своем месте, позволяет вам не заботиться о личном авторитете, а помнить лишь о пользе дела.

**Тесты приведены из книги " Сборник психологических тестов" / Составители: Л.А. Богатова, В.В. Герасимова, Л.А. Кудряшова, И.А. Радчук.- Казань: КНПО ВТИ, 2007.**

## 2.2 Выполните задания.

1. Заполните таблицу «Типология конфликтных личностей»:

Типы конфликтных личностей	Поведенческие характеристики	Особенности общения с конфликтной личностью

2. Выполните творческую работу «Портрет конфликтной личности» (описать человека, который чаще других попадает в конфликтные ситуации). Можно изобразить и описать человека, которого как вам кажется, считают конфликтным). Обосновать и разъяснить по какой причине вы выбрали именно эти качества личности.

3. Предложите варианты решения конфликтных ситуаций в следующих примерах

Ситуация 1. Учитель резко отвечает директору после того, как он в очередной раз отчитал его в присутствии детей

Ситуация 2. В переполненном автобусе два пассажира возмущаются друг другом, выясняя, кто кому наступил на ногу

Ситуация 3. Студентка Светлана случайно услышала, как лучшая подруга обсуждает ее с однокурсницами. На следующий день на просьбу подруги помочь в выполнении домашней работы Светлана ответила отказом

- Чем различаются данные ситуации?
- В каких случаях причина конфликта скрытая, а каких явная?
- В каких случаях конфликт может носить затяжной. А в каких – кратковременный характер?
- Как развивается конфликт (быстро, медленно)

### **2.3 Задания для самоконтроля**

1. Механизм социальной перцепции, характеризующийся осознанным или бессознательным уподоблением себя другому человеку или его себе, - это:

- а) атрибуция
- б) идентификация
- в) эмпатия
- г) рефлексия

2. Механизм познания другого человека, основанный на формировании устойчивого положительного отношения к нему, - это:

- а) эмпатия
- б) рефлексия
- в) стереотипия
- г) аттракция

3. Социально-психологическое воздействие на других людей через неосознаваемое спонтанное включение личности в определенное эмоциональное состояние, - это:

- а) убеждение
- б) заражение
- в) подражание
- г) мода

4. Способ социально-психологического воздействия обеспечивающий некритическое восприятие и (или) усвоение какой-либо информации, - это:

- а) внушение

- б) убеждение
- в) заражение
- г) подражание

5. К коммуникативным барьерам непонимания других людей или групп относятся:

- а) языковой, эмоциональный, национальный
- б) информационный, структурный
- в) логический, фонетический, семантический
- г) недоверие, агрессивность

6. Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов и связей между людьми, включающий обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия, - это:

- а) общение
- б) потребность
- в) деятельность
- г) активность

7. Стратегия взаимодействия в конфликте, для которой характерно ведение переговоров участниками конфликта и стремление идти на взаимные уступки, - это:

- а) приспособление
- б) конкуренция
- в) сотрудничество
- г) компромисс

8. Социально-психологическое воздействие на других людей через неосознаваемое спонтанное включение личности в определенное эмоциональное состояние, - это:

- а) убеждение б) заражение в) подражание г) мода

9. Стратегия взаимодействия в конфликте, для которой характерно ведение переговоров участниками конфликта и стремление идти на взаимные уступки, - это:

- а) приспособление
- б) конкуренция
- в) сотрудничество
- г) компромисс

10. Стиль межличностного общения, целью которого является подкрепление связи с собственной группой, своих установок и ценностей, повышение самооценки и самоуважения — это ... стиль:

- а) ритуальный
- б) конформистский
- в) альтруистический
- г) манипулятивный

### **Часть 3. Профессиональная и речевая культура в деловом общении.**

#### **Тема 3.1 Этика профессионального и делового общения.**

## Необходимый теоретический минимум

Деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важнейшим видом отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают этические нормы, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своим подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным. Хочется надеяться, что настоящий раздел в определенной степени поможет читателю не только осознать те, часто скрытые от первого взгляда, проблемы, которые возникают в процессе делового общения и служат ему препятствием, но и успешно справиться с ними.

*Этика* (от греч. *ethos* — обычай, нрав) — учение о морали, нравственности. Термин "этика" впервые употребил Аристотель (384-322 до н.э.) для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки.

*Мораль* (от лат. *moralis* — нравственный) — это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль — важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни — семье, быту, политике, науке, труде и т.д.

Важнейшими категориями этики являются: "добро", "зло", "справедливость", "благо", "ответственность", "долг", "совесть" и т.д. Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как должно себя вести. Мораль всегда предполагает наличие определенного нравственного идеала, образца для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т.е. в различные исторические эпохи и у разных народов. Однако в морали должное далеко не всегда совпадает с сущим, с реально существующей нравственной реальностью, фактическими нормами поведения людей. Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является "противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

В этом противоречии между должным и сущим заключена и *противоречивая сущность мотивации общения* (в том числе и делового общения и поведения человека). С одной стороны, он стремится вести себя нравственно должным образом, а с другой, — ему необходимо удовлетворить свои потребности, реализация которых очень часто связана с нарушением нравственных норм.

Этот внутренний конфликт между возвышенным идеалом и практическим расчетом, нравственным долгом и непосредственным желанием существует всегда и во всех сферах жизни. Но особенно напряженно он проявляется в *этике делового*

*общения*, потому что именно в этом виде общения основной предмет, по поводу которого оно образуется, является внешним для индивидов.

*Общение* — процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от "недоразвитых в нравственном смысле существ" и от "сверхчеловека". Поэтому "тот, кто не способен вступать в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством".

Специфика *делового общения* обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта — оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных отношений — это прежде всего получение максимальной прибыли.

С учетом всего сказанного *этику делового общения можно определить как совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности*. Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

### **Этика делового общения традиционного общества**

В социально-философском плане этика делового общения определяется общественно-экономическим строем общества, структурой его социальной организации и господствующим типом общественного сознания. В традиционном обществе (обществе "механической солидарности" по Эмилю Дюркгейму), основанном на общности социальной жизни, коллективных представлениях, мифологическом сознании и межличностных отношениях, основным механизмом делового общения являются *ритуал, традиция и обычай*. Им соответствуют нормы, ценности и стандарты этики делового общения.

Отличительной особенностью этого типа общности является то, что здесь еще нет того разрыва между этическими нормами делового общения и общими представлениями о нравственной жизни, который появится в обществе с развитыми рыночными отношениями. Общие нормы морали являются здесь и нормами делового общения. По большей части они еще не отделяются друг от друга и не противопоставляются друг другу, подобно тому, как деловая жизнь не противопоставляется личной жизни. Но и тогда, когда в рамках традиционного

общества возникают частные и корпоративные интересы, общие нормы нравственности все еще продолжают играть главную роль.

В условиях отсутствия товарного фетишизма и всеобщего отчуждения хорошее выполнение самого дела рассматривается как нравственный долг и служит основным способом самоутверждения личности. Человек традиционного общества еще не выработал в себе холуйскую психологию и не гнет спину, стараясь во всем угодить своему начальнику, ибо этические ценности имеют здесь самодовлеющее значение.

Такие понятия, как справедливость, честь, достоинство, свобода, ответственность имеют здесь экзистенциальный жизненно важный для человеческого существования смысл и наполнены не абстрактным, а реальным жизненным содержанием. За утверждение этих ценностей люди часто жертвовали своей жизнью. Пафосом этого типа общения могут служить слова Мартина Лютера: "На том стою и не могу иначе".

Такой характер этики делового общения мы обнаруживаем уже в Древней Индии. Все человеческое поведение и общение, в том числе и в деловой сфере, подчинено здесь высшим (религиозным) ценностям. Человек этого общества должен "не обращать внимания на то, что другие люди скажут или подумают о нас, или сделают; идти на работу так же, как солдаты идут на сражение, не заботясь о последствиях; расценивать хорошую репутацию, честь, имя, удобные обстоятельства, комфорт, людские привязанности как ничто, если религиозное обязательство потребует пожертвовать ими".

### **Современные взгляды на место этики в деловом общении**

Это противоречие между этикой и бизнесом, должным и сущим весьма остро проявляется и сегодня в деловом общении, причем на самых разных его уровнях: как между организацией и социальной средой, так и внутри самой организации. Между управляющими, предпринимателями и вообще деловыми людьми по отношению к указанному противоречию существуют две основные позиции.

1. Считающие себя прагматиками полагают, что в деловом общении и вообще в бизнесе этика сама по себе *не нужна*. Единственная обязанность управляющего корпорацией, работающего по найму у владельца бизнеса, — любыми доступными средствами максимизировать прибыль, "делать как можно больше денег", всячески приспособиваясь к нормам общества, воплощенным в законах и этических традициях.

С этой позиции, которую можно назвать "деловой макиавеллизм", этические нормы и сам язык этики рассматриваются как помеха в деловом общении. В нем стараются избегать разговоров о морали, этических идеалах, долге и социальных обязанностях, поскольку в результате появляются "излишние", "не относящиеся к делу" проблемы, касающиеся моральной и социальной ответственности.

Крайним случаем неэтичного поведения бизнесменов, руководителей предприятий является нарушение закона. Но неэтичным поведением следует также считать различного рода действия компаний, не предпринимающих надлежащих мер для устранения дефектов в своей продукции, которые могут привести к вредным последствиям для населения. Поэтому в понятие этики делового общения входит и

забота руководителей предприятий о качестве своей продукции, ответственность за тот вред, который она может нанести населению.

Примером неэтичного поведения, ставшим почти классическим, является действие фирмы "Форд Мотор", которая возражала против изъятия модели "Пинто" из производства или 'перепроектирования ее топливной системы с целью ликвидации возможных опасностей, связанных с бензобаком.

Суть дела состояла в том, что в 1978 г. три женщины сгорели заживо, когда "Пинто", в которой они находились, получил удар сзади и бак с бензином взорвался. Между тем компании "Форд" было известно о технических недостатках бензобака и даже то, как избавиться от этого дефекта. Но, как показали расчеты, выплата компенсаций, если произойдут несчастные случаи, обойдется компании дешевле по сравнению с затратами на то, чтобы сделать надежный бензобак. И компания преступила нормы морали.

Этика делового общения касается, конечно, не только социальной ответственности руководителей предприятий. Она охватывает широкий круг вопросов, относящихся к целям и средствам ведения бизнеса. В этой связи следует отметить, что представители делового прагматизма подчас используют негодные средства для достижения своих целей, такие, как взятки, подкуп и т.д. Но помимо этого и сами цели делового общения могут носить неэтический характер. При этом общение может рассматриваться неэтичным не потому, что оно противозаконно, а вследствие несовместимости целей делового общения моральным ценностям. Примером может служить заключение сделок, контрактов на постройку экологически вредных предприятий.

2. Вторая позиция по отношению к противоречию между этикой и бизнесом состоит в том, что соблюдение этических норм в деловом общении признается важным не только с точки зрения ответственности бизнесменов перед обществом и самими собой, но и необходимым для эффективности производства. В этом случае этика рассматривается не только как необходимый нравственный императив поведения, но и как средство (инструмент), помогающее увеличить рентабельность, способствующее укреплению деловых связей и улучшению делового общения.

Думается, что этот подход является более цивилизованным и в конце концов более эффективным, так как предприятие-компонент общества, и утверждая этические нормы общения у себя, оно в то же самое время способствует их распространению и в социуме, окружающей социальной среде. А чем более благополучной становится этическая атмосфера в обществе, тем более благоприятная обстановка создается и для бизнеса. Вместе с тем неэтическое поведение и общение рано или поздно обернется, если и не прямыми экономическими убытками, то во всяком случае социальными и нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды.

Поэтому, рассмотрев оба взгляда на место этики в деловом общении, следует, по нашему глубокому убеждению, присоединиться не к Николло Маккиавелли, проповедавшему "освобождение" политики от морали, а к Бенджамину Франклину, утверждавшему, что "честность — лучшая политика".

### **Общие этические принципы и характер делового общения**

Этику делового общения следует учитывать в различных ее проявлениях:



- ✓ в отношениях между предприятием и социальной средой;
- ✓ между предприятиями; внутри одного предприятия;
- ✓ между руководителем и подчиненными;
- ✓ между подчиненным и руководителем;
- ✓ между людьми одного статуса.

Между сторонами того или иного вида делового общения существует своя специфика. Задача и состоит в том, чтобы сформулировать такие принципы делового общения, которые не только соответствовали бы каждому виду делового общения, но и не противоречили общим нравственным принципам поведения людей. Вместе с тем они должны служить надежным инструментом координации деятельности людей, вовлеченных в деловое общение.

Общий нравственный принцип человеческого общения содержится в категорическом императиве И. Канта: "Поступай так, чтобы максима твоей воли всегда могла иметь также и силу принципа всеобщего законодательства". Применительно к деловому общению основной этический принцип можно сформулировать таким образом: *в деловом общении при принятии решения о том, какие ценности следует предпочесть в данной ситуации, поступай так, чтобы максима твоей воли была совместима с нравственными ценностями других сторон, участвующих в общении, и допускала координацию интересов всех сторон.*

Таким образом, в основе этики делового общения должна быть координация, а по возможности и гармонизация, интересов. Естественно, если оно осуществляется этическими средствами и во имя морально оправданных целей. Поэтому деловое общение должно постоянно проверяться этической рефлексией, оправдывающей мотивы вступления в него. При этом сделать этически правильный выбор и принять индивидуальное решение часто дело совсем непростое. Рыночные отношения предоставляют свободу выбора, но вместе с тем увеличивают количество вариантов решений, порождают комплекс моральных дилемм, поджидающих деловых людей на каждом шагу в процессе их деятельности и общения.

### ***Повышение уровня этики делового общения.***

Существуют различные средства и способы повышения уровня моральности делового общения. В качестве примеров повышения показателей этичности поведения как руководителей, так и рядовых работников можно привести следующие: *разработка этических нормативов на предприятии, создание комитетов и комиссий по этике, проведение социально-этических ревизий, обучение этическому поведению.*

Этические нормативы делового общения и поведения должны описывать общую систему и правила этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Эти нормативы разрабатываются с целью улучшить деловое общение на различных уровнях и в разных сферах деятельности организации. Цель их создания — установление нормальной нравственной атмосферы и определение этических рекомендаций при принятии решений. Каждое предприятие, если оно дорожит своей репутацией, будет стремиться к тому, чтобы утвердить у себя высшие стандарты этики делового общения, являющейся важнейшим компонентом бизнеса.

Так, при заключении сделок и других видов делового общения этическими нормативами обычно запрещаются взятки, "подмазки", вымогательство, подарки, мошенничество, нарушение законов, незаконные выплаты политическим организациям и т.д. На Западе организации обычно доводят этические нормативы до своих работников в виде печатных материалов. Некоторые фирмы создают рабочие группы или постоянные комитеты по этике. Другие нанимают специалиста по этике бизнеса, называемого адвокатом по этике. Его роль сводится к выработке суждений по этическим вопросам, в том числе и по этике делового общения. В России, к сожалению, этике делового общения и вообще этике бизнеса не придается пока должного внимания.

Применительно к бизнесу на международном уровне следует иметь в виду, что в некоторых странах правительственные чиновники привыкли и ждут небольших денежных подношений. По мнению специалистов, видимо, настала пора заняться разработкой этических нормативов, применяемых во всем мире, и обеспечить уход с сомнительного рынка любого субъекта при возникновении крупных неразрешаемых этических проблем.

Задача повышения норм и стандартов этики делового общения, как и вообще этики бизнеса, во многих странах сегодня выдвигается как одна из важнейших. Проблема стоит достаточно остро. Так, согласно опросам общественного мнения, среди широких слоев населения США господствует убеждение, что ценности этического поведения неуклонно снижаются. В России, как это признается повсеместно, положение с этим еще хуже. Поэтому организации, фирмы, руководители и предприниматели всех уровней должны приложить максимум усилий для повышения этичности делового общения, используя для этого различные способы и средства, в том числе и обучение этике делового общения.

### **Контрольные вопросы:**

1. Дайте определение понятий "этика", "общение", "деловое общение", "этика делового общения".
2. Каковы особенности этики делового общения традиционного общества?
3. Назовите основные позиции по вопросу о соотношении этики и бизнеса, которые существуют сегодня.
4. Какова, по вашему мнению, роль этики в деловом общении?

### **Тема 3.2 Деловой этикет. Имидж.**

#### **Необходимый теоретический минимум**

**Этикет** (от франц. *etiquette*) означает установленный порядок поведения где-либо. Это наиболее общее определение этикета.

**Культура поведения** — поступки и формы общения людей, основанные на нравственности, эстетическом вкусе и соблюдении определенных норм и правил. Истинная культура поведения есть органическое единство внутренней и внешней культуры человека, умение найти правильную линию поведения даже в нестандартной, а порой и в экстремальной ситуации. В этой главе понятие "культура поведения" будем рассматривать как часть делового этикета, отлично понимая, что

сам термин "культура" в широком смысле гораздо объемнее понятия "деловой этикет". Последний относится к категории "культура" как особенное к общему.

*Деловой этикет* — важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека, предпринимателя. Знание его — необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать. Почти 70% выгодных для отечественных деловых людей сорвавшихся сделок не состоялись из-за того, что российские бизнесмены не знают правил делового общения и не владеют культурой поведения. Эта цифра подтверждается и мировым опытом. Так, еще в 1936 г. Дейл Карнеги писал: "Успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми". Немало рушится карьер и теряется денег из-за неправильного поведения или невоспитанности. Зная это, японцы тратят на обучение хорошим манерам и консультациям по вопросам этикета, культуры поведения сотни миллионов долларов в год. Они хорошо знают, что успех любой фирмы во многом зависит от способности ее работников, от их умения дружно трудиться над достижением общей цели. Знание этикета, культура поведения — вот ключевые условия для успешной работы в любой организации — таково мнение ведущих специалистов фирм.

К сожалению, российские деловые люди до сих пор не придают серьезного значения этим аспектам своей деятельности. Подчеркнем, что соблюдение делового этикета, умение культурно вести себя особенно важно при работе с представителями иностранных фирм, при выезде для заключения сделок за границу. У многих новых русских заметен дурной вкус в одежде, в украшениях (будь то массивные золотые цепи с крестами на шее или иные многочисленные изделия из драгоценных металлов и камней на пальцах, запястьях и т.п.). А еще чаще своих патронов "подставляют" различные секретарши, переводчицы, которых они возят с собой по "европам".

В результате новые русские и их сопровождение становятся предметом молчаливой, но, тем не менее, нелюбезной критики со стороны партнеров по переговорам. Уважающие себя и честь своей фирмы зарубежные предприниматели нередко после первой же встречи прекращают все переговоры. Поведение таких новых русских можно оценить словами из известной сказки А.С. Пушкина про старуху, которая "ни ступить, ни молвить не умеет".

Чтобы не попасть в нелепую ситуацию, надо знать правила хорошего тона. В старые времена им крепко учил Петр Великий. В 1709 г. он издал указ, согласно которому подлежал наказанию каждый, кто вел себя "в нарушение этикету". Возможно, надо ввести наказание и для тех отечественных бизнесменов, кто выставляет на посмешище не только себя, но и бросает тень на российское предпринимательство.

Итак, знание делового этикета, умение культурно вести себя — основа предпринимательского успеха.

Этикет — явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменениями условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет возник в период зарождения абсолютных монархий. Придерживаться определенных правил поведения, церемониала было необходимо для возвеличивания царственных особ: императоров, королей, царей, князей, принцев, герцогов и т.п., для

закрепления иерархии внутри самого классового общества. От знания этикета, выполнения его правил часто зависела не только карьера, но и жизнь человека. Так было в Древнем Египте, Китае, Риме, Золотой Орде. Нарушение этикета приводило к вражде между племенами, народами и даже к войнам.

Этикет всегда выполнял и выполняет определенные функции. Например, разделение по чинам, сословиям, знатности рода, званиям, имущественному положению. Особенно строго соблюдались и соблюдаются правила этикета в странах Дальнего и Ближнего Востока.

В России в начале XVIII в. стал усиленно внедряться западный этикет. На русскую почву переносились одежда, манера и внешние формы поведения. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием (особенно в столичных городах) постоянно и настойчиво, порой жестоко следил сам царь Петр I. За их нарушения строго наказывали. В дальнейшем, в царствование Елизаветы и Екатерины II, отбирались правила этикета, отвечающие требованиям и особенностям национальной культуры России, которая как евразийская страна во многом соединяла противоположности Европы и Азии. А этих противоположностей много было не только в XVIII в., но и сейчас. Английский писатель Редьярд Киплинг говорил, что Запад есть Запад, Восток есть Восток, и не встретиться им никогда. Так, в Европе траурный цвет — черный, а в Китае — белый. Даже в границах Российской империи правила поведения различных народов значительно отличались.

Конечно, и общественный прогресс способствовал взаимопроникновению правил поведения, обогащению культур. Мир становился теснее. Процесс взаимного обогащения правилами поведения позволил выработать взаимоприемлемый, признаваемый в главных чертах этикет, закрепляемый в обычаях и традициях. Этикет стал предписывать нормы поведения на работе, на улице, в гостях, на деловых и дипломатических приемах, в театре, в общественном транспорте и т.д.

### **Правила этикета**

Правила этикета, облаченные в конкретные формы поведения, указывают на единство двух его сторон: морально-этической и эстетической. Первая сторона — это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, уважения, защиты и т.д. Вторая сторона — эстетическая — свидетельствует о красоте, изяществе форм поведения. Приведем некоторые советы и рекомендации.

Например, для приветствия пользуйтесь не только вербальным (речевым) средством "Здравствуйте!", "Добрый день", но и невербальными жестами: поклоном, кивком, взмахом руки и т.п.

Можно равнодушно сказать "Здравствуйте", кивнуть головой и пройти мимо. Но лучше поступить иначе — сказать, например, "Здравствуйте, Иван Александрович!", тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчеркивает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймет, что вы цените его, да и звучание собственного имени — приятная мелодия для любого человека.

Обращение без имени — обращение формальное: будь то подчиненный или начальник, сосед по лестничной площадке или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени, а еще лучше — по имени и отчеству — это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение

человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение. Такое приветствие говорит о культуре человека. Конечно, с подобными качествами люди не рождаются. Эти качества воспитываются, а потом входят в привычку. Чем раньше начнется такое воспитание, тем лучше: скорее войдет в привычку. Особенно тяжело дается формирование хороших привычек интеллигента бизнесменам первого поколения, так как приходится большей частью идти путем проб и ошибок. Недаром англичане говорят, чтобы стать джентльменом, надо иметь в семье три университетских диплома: деда, отца и сына.

Но кроме правил культурного поведения существует еще и **профессиональный этикет**. В жизни всегда были и останутся отношения, которые обеспечивают наивысшую эффективность в выполнении профессиональных функций. Участники какого-либо взаимодействия всегда стараются сохранить наиболее оптимальные формы этого взаимодействия и правила поведения. Например, в организации от новичка станут требовать неукоснительного соблюдения отработанных и проверенных правил делового общения, так как они облегчают выполнение профессиональных функций, способствуют достижению поставленных целей. В том или ином коллективе, группе работников, сотрудников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов и составляют этикет данной группы, общности.

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих ситуаций и вырабатывают формы и правила поведения. Этот набор правил и составляет этикет делового общения. Этикет деловых отношений определяется, в частности, как свод правил поведения в бизнесе, который представляет внешнюю сторону делового общения.

Деловой этикет — результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Не всегда легко давалось освоение этих правил, поэтому предприниматели "от сохи" нередко отзывались о них не очень лестно: "Зачем мне все это?".

Можно следовать и данному принципу- Однако если вы хотите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета зарубежных стран просто обязательно.

Можно напомнить, как устанавливались торговые связи со средневековой Японией, которая до известной эпохи Мэйдзи (до 1868 г.) была почти наглухо закрыта от остального мира. Коммерсант, купец, прибывший в страну восходящего солнца для установления деловых связей, представлялся императору. Процедура представления была столь унижительной, что не каждому зарубежному гостю она была под силу. Иноземец должен был от двери по приемной залы ползти на коленях к отведенному ему месту, а после приема таким же образом, пятясь как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью.

Но как и в те давние времена, так и сейчас, правила делового этикета, культура поведения помогают сближению экономических и финансовых интересов торговых людей, бизнесменов. Для многих прибыль была и остается выше всех различий национального характера, вероисповедания, социального положения, психологических особенностей. Эти различия подчинялись этикету интересующей

бизнесмена страны. Подчинение правилам игры определяющей стороны создавало основу для успеха сделки.

Какие же правила поведения надо знать предпринимателю? Прежде всего следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение человеческой личности. Социальная роль, которую играет тот или иной человек, не должна быть самодавяющей, не должна она оказывать и гипнотического влияния на делового партнера. Культурный предприниматель будет в равной степени уважительно относиться и к министру, и к рядовому техническому работнику министерства, президенту компании, фирмы и уборщице офиса, т.е. всем показывать искреннее уважение. Это искреннее уважение должно стать составной частью натуры бизнесмена. Ему надо научиться верить в порядочность людей. Нельзя при первой встрече обнаружить даже признак того, что вы представляете его как "темную лошадку", стремящуюся вас обязательно обойти на прямой или вираже, а говоря проще — обмануть. В основе поведения должна лежать нравственная оценка: деловой партнер — хороший человек! Если, конечно, он не доказал своими поступками обратного.

### **Правила вербального этикета**

Культура поведения в деловом общении немислима без соблюдения правил *вербального* (словесного, речевого) *этикета*, связанного с формами и манерами речи, словарным запасом, т.е. со всем *стилем речи*, принятым в общении данного круга деловых людей. Существуют исторически наработанные стереотипы речевого общения. Ими пользовались ранее русские купцы, предприниматели, а сейчас их используют культурные российские и зарубежные деловые люди. Это слова: "дамы", "господа", "сударь" и "сударыни". Среди других социальных групп подобные обращения пока широко не прививаются, и часто люди испытывают чувство внутреннего дискомфорта на встречах, собраниях, поскольку не знают, как обратиться друг к другу: слово "товарищ" как бы принижает их достоинство из-за определенного отношения к этому слову, сложившегося под влиянием средств массовой информации. А с другой стороны, многие до "господ" явно не доросли из-за своего нищенского существования. Поэтому очень часто в транспорте, в магазине, на улице мы слышим унижительные фразы: "Эй, мужчина, подвиньтесь", "Женщина, пробейте билет" и т.д.

Среди деловых людей обращение "господин" имеет право на жизнь. Это слово подчеркивает, что данные граждане, социальная группа свободны и независимы в своих действиях более, чем какая-либо другая социальная группа в современной России. Кроме того, эта форма обращения не заимствована слепо где-либо на Западе или Востоке. Бездумные заимствования, запускаемые в оборот чаще всего не очень культурными теле- и радиожурналистами, репортерами, как правило, режут слух и подчеркивают убогость и претенциозность подобных заимствований, например: "состоялась презентация", "формируется новый менталитет русских" или "спонсоры вернисажа" и т.п. "Господин" — исконно русское слово. Оно имеет самое распространенное значение как форма вежливого обращения к группе лиц и отдельному лицу, употреблявшаяся в привилегированных слоях общества.

В деловом разговоре надо *уметь дать ответ* на любой вопрос. Даже на простейшие, задаваемые ежедневно по несколько раз "Как дела?", всегда необходимо помнить о чувстве меры. Ничего не ответить невежливо; буркнуть "нормально" и пройти мимо тоже невежливо, если не грубо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах — прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает отвечать примерно следующее:

"Спасибо, нормально", "Спасибо, пока жаловаться грех", и в свою очередь поинтересоваться: "Надеюсь, что и у Вас все обстоит нормально?". Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех, следуют сложившимся в России нормам: "Не сглазь, когда дела идут хорошо".

Однако у чехов, словаков, поляков и югославов на вопрос "Как дела?" правилами делового этикета не возбраняется кратко рассказать о трудностях, пожаловаться, например, на дороговизну. Но говорят об этом бодро, подчеркивая, что деловой человек преодолевает трудности — их немало в его деле, но он знает как с ними справиться, и гордится этим. А без трудностей и забот живет только бездельник.

В вербальном (словесном, речевом) общении деловой этикет предполагает применение различных психологических приемов. Один из них — "*формула поглаживания*". Это словесные обороты типа: "Удачи Вам!", "Желаю успеха", известные фразы:

"Большому кораблю — большое плавание", "Ни пуха, ни пера!" и т.п., произносимые с различными оттенками. Широко применяются такие речевые знаки расположения, как "Салют", "Нет проблем", "О'кей" и т.п.

Но следует избегать таких явно язвительных пожеланий, как "Вашему теляти злого волка поймати".

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют *комплименты* — приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности в бизнесе, подчеркивающие вкус в одежде, внешности, сбалансированность поступков партнера, т.е. оценку ума делового партнера. Как говорила героиня популярного в 60-е годы фильма "Старшая сестра", ласковое слово и кошке приятно. С этой точки зрения комплимент - не механизм лести. Лесть, особенно грубая, — это маска, за которой чаще всего скрывается меркантильный интерес. Комплимент, тем более, если партнер — женщина, — необходимая часть речевого этикета. Во время делового общения всегда есть реальная возможность для комплиментов. Они воодушевляют вашего делового партнера, придают ему уверенность, одобряют. Особенно важно помнить о комплименте, если вы имеете дело с новичком, к тому же потерпевшем на первых порах неудачу. Не случайно в японских фирмах запрещена открытая критика своих работников: фирме это невыгодно, так как трудовая активность и инициатива снижаются.

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах *правил поведения страны — партнера* по бизнесу. Правила общения людей связаны с образом и стилем жизни, национальными обычаями и традициями. Все это результат многовекового жизненного опыта, быта предшествующих поколений того или иного народа. Какие бы ни были традиции, правила поведения, — их приходится выполнять, если, конечно, вы хотите добиться успеха. Здесь

особенно справедлива пословица "В чужой монастырь со своим уставом не ходят". Нередко надо соблюдать все правила даже в том случае, если они вам не по душе. Интересы дела выше ваших вкусов и пристрастий.

Можно привести немало примеров особенностей правил поведения бизнесменов различных стран. Если, например, американцы, подчеркивая свое расположение, дружески хлопают вас по плечу и охотно принимают такой же жест от вас, то, похлопав по плечу японца или попытавшись дружески обнять китайца или вьетнамца, вы можете сорвать свою сделку.

Во время деловой беседы с итальянцами постарайтесь не демонстрировать своего неприятия их громкой, чрезмерно оживленной речи, горячности обсуждения даже несущественного вопроса, а при общении с японцами не удивляйтесь употреблению ими сверх-вежливых оборотов речи. Сверх-вежливость по отношению к партнеру и "приниженность" собственного "Я" (например, "Я, недостойный, и моя ничтожная жена приглашаем Вас, Высокочтимого и благородного, к нам в гости") не мешают, а помогают японцам прекрасно вести свои дела. Трудно найти другого делового партнера, который бы заранее с такой скрупулезностью просчитал самые невероятные варианты предстоящей сделки и расставил столько различных (финансовых, юридических и других) ловушек своему партнеру по переговорам, как японец. Японская сверх-вежливость — своего рода наркотик, усыпляющий бдительность партнера по переговорам. В любой финансовой, технической и другой деловой сделке японцы, как правило, обводят вокруг пальца наших излишне поддающихся на банальные комплименты и лесть отечественных бизнесменов.

Деловой этикет требует особого поведения в *общении с клиентами*. В каждом виде услуг, оказываемых клиентам, есть свои профессиональные тонкости в поведении. Но всегда надо помнить, что определяет отношения с клиентами самый главный принцип: клиент — самый дорогой и желанный человек в вашем офисе (магазине, предприятии). Если клиентов много, то обычно стараются в первую очередь обслуживать женщин и престарелых. Но в любом случае в работе с клиентами надо быть хорошим психологом.

Важно также соблюдать определенные правила в отношении *одежды и внешнего вида*. Сверхмодный костюм совсем необязателен. Важно, чтобы он был в приличном состоянии, не висел мешком, а брюки не должны напоминать засаленную старую гармошку. Но костюм должен быть к месту и ко времени. Если переговоры с партнерами назначены на дневное время, подойдет светлый костюм. Брюки и пиджак могут быть различных цветов. Но если переговоры идут вечером, костюм должен быть темным, рубашка — обязательно свежей, глаженной, галстук — не кричащим, ботинки — вычищенными. Элегантность делового человека определяют рубашка, галстук и ботинки, а не количество костюмов, которые он привез с собой.

Для поездки за границу достаточно иметь три комплекта одежды: темный и светлый костюмы, приличную куртку и свитер для прогулок. Если маршрут вашей поездки проходит через страны Востока, то помните, что женщинам не следует надевать брюки, они не должны появляться на улице, в общественных местах без



чулок или колготок (особенно в странах, исповедующих ислам), а мужчины в ярких галстуках.

Необходимо помнить, что в деловых отношениях мелочей нет. Для бизнеса этикет значит очень много. Одежда, поведение предпринимателя, менеджера — это его визитная карточка. О госте начинают составлять представление заранее, собирая о нем информацию. Источниками информации служит поведение бизнесмена в пути к месту деловой встречи, поведение в гостинице, во время самой встречи. Помните, вас повсюду окружают люди, которые с той или иной степенью пристрастности изучают вас.

Соблюдение важнейших правил поведения с незнакомыми людьми — признак вашей респектабельности, воспитанности, уверенности в себе. Существует целый ряд *правил поведения в различных видах транспорта*, самолете, поезде, автомобиле. Долгое путешествие располагает к неторопливой беседе. Надо уметь вести ее. Прежде всего, не следует злоупотреблять вниманием попутчиков, не стремиться как можно быстрее завладеть всеми сторонами беседы, не быть излишне говорливым: болтливость — признак дурного тона. Другая крайность — замкнутость, мрачный вид, нелюдимость. Следует также помнить, что разговоры во время полета или поездки об авариях, катастрофах на транспорте не создадут вам благоприятного имиджа, не способствуют установлению дружеских или деловых контактов с окружающими. После приземления самолета в знак признательности не спешите вручить стюардессе чаевые, она их не возьмет. Можно поблагодарить экипаж корабля аплодисментами за мастерство, культуру обслуживания.

### **Правила общения по телефону**

Современную деловую жизнь невозможно представить без *телефона*. Благодаря ему многократно повышается оперативность решения множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Очень часто первым шагом на пути к заключению делового договора является телефонный разговор.

Человечество пользуется телефоном уже более века. Казалось бы, времени вполне достаточно для того, чтобы научиться разумно пользоваться этим техническим средством... Но умение говорить по телефону по наследству не передается. Искусством общения при помощи этого аппарата овладевает не каждый. Хорошо, если есть толковые наставники или удачные объекты для подражания, у которых можно научиться правильному разговору по телефону. Соответствующие курсы, различные методические пособия по этой теме широко распространены в различных странах мира.

У телефонного разговора по сравнению с письмом есть одно важное преимущество: он обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией независимо от расстояния. Но к деловому телефонному разговору надо тоже тщательно готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени (до 20—30%). Так утверждает американский менеджер А.

Маккензи. Среди 15 главных причин потерь рабочего времени бизнесменом, менеджером он поставил на первое место телефонные разговоры. Психологи отмечают, что продолжительность телефонных разговоров зависит от их эмоциональной окраски. Излишняя эмоциональность создает предпосылки для речевой нечеткости, неделовитости фраз, что увеличивает время телефонного разговора.

Известно также, что при телефонном разговоре наблюдается такое явление, как *пресыщение общением*. Оно может явиться источником напряженности между сторонами. Поэтому во время разговора надо соблюдать меру. Иначе может потеряться смысл общения и возникнуть конфликт. Признаки пресыщения общением: возникновение и усиление беспричинного недовольства партнером, раздражительность, обидчивость и т.п. Следует вовремя выйти из контакта с партнером, чтобы сохранить деловые отношения. Кроме того, ведя длительные телефонные разговоры, вы можете получить репутацию зануды или пустомели. Подобная репутация подорвет интерес к вам и к вашим деловым предложениям. Чтобы восстановить доброе имя фирмы и свое реноме, придется затратить значительно больше усилий, чем при установлении первого делового контакта.

Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. В японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

Основа успешного проведения делового телефонного разговора — компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Еще английский философ XVII в. Ф. Бэкон отмечал, что вести разговор в доброжелательном тоне более важно, чем употреблять хорошие слова и располагать их в правильном порядке. Во время делового телефонного разговора необходимо создать атмосферу взаимного доверия.

Эффективность делового телефонного общения зависит от *эмоционального состояния* человека, от его *настроения*.

По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению. Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений. Существенное значение имеет также умелое проявление *экспрессии*. Она свидетельствует об убежденности человека в том, что он говорит, в его заинтересованности в решении рассматриваемых проблем. Во время разговора надо уметь заинтересовать собеседника своим делом. Здесь вам поможет правильное использование методов внушения и убеждения. Как это сделать, при помощи каких средств? *Голос, тон, тембр, интонации* внимательному слушателю говорят очень много. По данным психологов, тон, интонация могут нести до 40% информации. Нужно только обращать внимание на подобные "мелочи" во время телефонного разговора. Самому же стараться говорить ровно, сдерживать свои эмоции, не пытаться прерывать речь собеседника.

Если ваш собеседник проявляет склонность к спорам, высказывает в резкой форме несправедливые упреки, в его тоне звучит самомнение, то наберитесь терпения и не отвечайте ему тем же. Если есть возможность, переведите разговор на спокойный тон, частично признайте его правоту, постарайтесь понять мотивы его поведения. Постарайтесь кратко и ясно изложить свои аргументы. Ваши доводы должны быть правильными по существу и грамотно изложены по форме. В разговоре старайтесь не допускать выражения типа: "идет", "добро", "лады", "пока" и т.п. В телефонном разговоре также лучше не употреблять специфические, профессиональные выражения, которые могут быть непонятны собеседнику.

Надо помнить, что телефон усугубляет *недостатки речи*; быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно следите за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, поселков, имена собственные, фамилии и т.п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам.

Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например:

*Как Вы меня слышите?*

*Не могли бы Вы повторить...?*

*Извините, очень плохо слышно.*

*Простите, я не расслышал, что Вы сказали, и т.п.*

Прежде чем позвонить кому-либо, вспомните: длительное воздействие телефонных звонков отрицательно сказывается на нервной системе (поэтому сами старайтесь снимать с аппарата трубку, как только услышите звонок), ненужные телефонные разговоры нарушают рабочий ритм, мешают решению сложных вопросов, требующих глубокого анализа, обсуждения в спокойных условиях, т.е. мешают работать тем, кто находится рядом.

Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, кому бы вы ни звонили — начальнику или подчиненному. Воспитанный человек не станет звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не получено предварительное согласие на этот звонок.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30—40% занимают повторения слов, *фраз*, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору надо тщательно готовиться: заранее подобрать все материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п.

До того как вы решили набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения. Составьте план беседы, запишите вопросы, которые хотите решить, или сведения (данные), которые хотите получить, продумайте порядок постановки вопросов. Четко сформулируйте их, чтобы ваш собеседник не мог многозначно толковать их. Первой же фразой старайтесь заинтересовать собеседника. Держите в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, постарайтесь спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обговариваете несколько

вопросов, то последовательно заканчивайте обсуждение одного вопроса и переходите к следующему. С помощью стандартных фраз старайтесь отделять один вопрос от другого.

Разговор по каждой теме должен заканчиваться вопросом, требующим однозначного ответа.

### **Внешний облик человека**

Часто приходится слышать о том, что нельзя делать вывод о человеке по первому впечатлению. Однако по подсчетам психологов люди в 85 случаях из 100 свое отношение к другому человеку строят на основе внешнего впечатления. Особенности внешнего вида человека информируют нас о возрасте, социальной, национальной и профессиональной принадлежности. Вот почему в общении важны и сказанные слова, и внешний вид.

С древних времен люди стремились к совершенству. Умение сделать себе имидж (образ), создать у себя и окружающих уверенность в собственной привлекательности и яркой индивидуальности — это искусство, которое постигалось веками. Человек учился создавать свой образ при помощи одежды, макияжа, прически. Умение красиво одеваться в соответствии с жизненными ситуациями — это талант. Нелепо смотрится вечерний туалет в дневное время, а уж если в таком наряде явиться на службу, до которой добирались на общественном транспорте, — это гротесковая ситуация.

Главной ошибкой, по словам признанного специалиста в области деловой одежды Дж.Т. Моллой, является слишком преувеличенное значение своей привлекательности и усердное следование моде. Действительно, люди, особенно молодежь, забывают, что **мода** предлагает общее направление, безликий стандарт, который не подчеркивает индивидуальность. В выборе одежды важно уметь подобрать гардероб в соответствии со своей внешностью, возрастом, вкусом и ситуацией, а не слепо идти за модой. Человек должен выработать свой **стиль** в одежде, поскольку мода переменчива, а стиль остается. Вы, наверное, замечали: одежда модная, хорошо сидит на фигуре и цвет ваш, но не радует глаз, не греет душу, — это означает, что одежда не вписывается в ваш стиль, не соответствует вашему образу и характеру.

Специалисты в области моды советуют носить то, что Вас действительно украшает, то, в чем вы выглядите элегантно. **Важным условием элегантности** является учет при покрое одежды объемов тела и пропорций отдельных его частей. Одежду рекомендуется подбирать в соответствии с типом фигуры и лица. Главное — видеть недостатки своего силуэта и умело, при помощи одежды, корректировать их. Одежда является своеобразной визитной карточкой, оказывающей психологическое воздействие на партнеров по общению. Она может многое сказать о нашей личности и положении.

Для создания внешне привлекательного образа человек использует **макияж**, который помогает не только освежить лицо, но и исправить небольшие индивидуальные недостатки его черт. Используя декоративную косметику, необходимо учитывать общий облик человека, цвет его кожи, волос, глаз, одежды, овал лица, возраст, а также время и место, где находится человек (повседневная работа, торжественный вечер, дискотека, театр). Специалисты в

области декоративной косметики советуют придерживаться правил: «лучше меньше, чем больше»; «лучше без, чем неумело». Хороший макияж — это макияж незаметный, который, как говорят профессионалы, должен «хорошо прилегать к лицу».

Итак, у вас модная одежда, безукоризненный макияж, но неправильно подобранная **прическа**, и вы уже не производите достойного впечатления. Волосы — это природное украшение, за которым нужно ежедневно ухаживать. Волосы делают человека привлекательным за счет правильного выбора прически. Прическа выбирается с учетом фигуры человека, типа лица и формы головы. Профессионалы парикмахерского искусства разработали рекомендации, как с помощью удачного выбора прически можно отвлечь внимание от сутулости спины и некрасивой шеи.

Все детали вашего наряда — от обуви до заколки в волосах — должны гармонировать друг с другом. Дорого, но неопрятно одетый человек с неприятным запахом и торчащими в разные стороны засаленными волосами вряд ли вызовет симпатию. **Опрятность** является основным требованием этикета к внешнему виду.

И всегда надо помнить, что внешняя красота может только привлечь внимание окружающих, а для того чтобы удержать его, необходима духовная красота. Внешне красивый, но грубый, злой, некультурный человек с вульгарным лексиконом и поведением производит неприятное впечатление.

### **Контрольные вопросы:**

1. Какие основные требования предъявляются к внешнему виду человека?
2. Что означает «быть элегантным»?
3. Что означает слово «этикет»?
4. Сформулируйте основные принципы делового этикета.
5. Почему по речи судят об общей культуре человека?
6. Подготовьте сообщения (доклады): «Роль этикета в моей будущей профессии»; «Значение культуры речи в профессиональной карьере».

### **Практические задания к части 3.**

#### **3.1 Выполните тесты.**

##### **Тест «Ваш стиль делового общения»**

**Инструкция.** Вам предложено 80 утверждений. Из каждой пары необходимо выбрать одно: то, которое, как вы считаете, наиболее соответствует вашему поведению. Обратите внимание на то, что ни одна пара не должна быть пропущена. Тест построен таким образом, что ни одно из приведённых ниже утверждений не является ошибочным.

1. Я люблю действовать.
2. Я работаю над решением проблем систематическим образом.
3. Я считаю, что работа в командах более эффективна, чем на индивидуальной основе.
4. Мне очень нравятся различные нововведения.
5. Я больше интересуюсь будущим, чем прошлым.
6. Я очень люблю работать с людьми.
7. Я люблю принимать участие в хорошо организованных встречах.

8. Для меня очень важными являются окончательные сроки.
9. Я против откладываний и проволочек.
10. Я считаю, что новые идеи должны быть проверены прежде, чем они будут применяться на практике.
11. Я очень люблю взаимодействовать с другими людьми. Это меня стимулирует и вдохновляет.
12. Я всегда стараюсь искать новые возможности.
13. Я сам люблю устанавливать цели, планы и т.д.
14. Если я что-либо начинаю, то доделываю это до конца.
15. Обычно я стараюсь понять эмоциональные реакции других.
16. Я создаю проблемы другим людям.
17. Я надеюсь получить реакцию других на своё поведение.
18. Я нахожу, что действия, основанные на принципе «шаг за шагом», являются очень эффективными.
19. Я думаю, что хорошо могу понимать поведение и мысли других.
20. Я люблю творческое решение проблем.
21. Я всё время строю планы на будущее.
22. Я восприимчив к нуждам других.
23. Хорошее планирование – ключ к успеху.
24. Меня раздражает слишком подробный анализ.
25. Я остаюсь невозмутимым, если на меня оказывают давление.
26. Я очень ценю опыт.
27. Я прислушиваюсь к мнению других.
28. Говорят, что я быстро соображаю.
29. Сотрудничество является для меня ключевым словом.
30. Я использую логические методы для анализа альтернатив.
31. Я люблю, когда одновременно у меня идут разные проекты.
32. Я постоянно задаю себе вопросы.
33. Делая что-либо, я тем самым учусь.
34. Я полагаю, что я руководствуюсь рассудком, а не эмоциями.
35. Я могу предсказать, как другие будут вести себя в той или иной ситуации.
36. Я не люблю вдаваться в детали.
37. Анализ всегда должен предшествовать действиям.
38. Я способен оценить климат в группе.
39. У меня есть склонность не заканчивать начатые дела.
40. Я воспринимаю себя как решительного человека.
41. Я ищу такие дела, которые бросают мне вызов.
42. Я основываю свои действия на наблюдении и фактах.
43. Я могу открыто выразить свои чувства.
44. Я люблю формулировать и определять контуры новых проектов.
45. Я очень люблю читать.
46. Я воспринимаю себя как человека, способного интенсифицировать, организовать деятельность других.
47. Я не люблю заниматься одновременно несколькими, вопросами.
48. Я люблю достигать поставленных целей.

49. Мне нравится узнавать что-либо о других людях.
50. Я люблю разнообразие.
51. Факты говорят сами за себя.
52. Я использую своё воображение насколько это возможно.
53. Меня раздражает длительная, кропотливая работа.
54. Мой мозг никогда не перестает работать.
55. Важному решению предшествует подготовительная работа.
56. Я глубоко уверен в том, что люди нуждаются друг в друге, чтобы завершить работу.
57. Я обычно принимаю решение, особо не задумываясь.
58. Эмоции только создают проблемы.
59. Я люблю быть таким же, как другие.
60. Я не могу быстро прибавить два к двум.
61. Я примеряю свои новые идеи к людям.
62. Я верю в научный подход.
63. Я люблю, когда дело сделано.
64. Хорошие отношения необходимы.
65. Я импульсивен.
66. Я нормально воспринимаю различия в людях.
67. Общение с другими людьми значимо само по себе.
68. Я люблю, когда меня интеллектуально стимулируют.
69. Я люблю организовывать что-либо.
70. Я часто перескакиваю с одного дела на другое.
71. Общение и работа с другими являются творческим процессом.
72. Самоактуализация является крайне важной для меня.
73. Мне очень нравится играть идеями.
74. Я не люблю попусту терять время.
75. Я люблю делать то, что у меня получается.
76. Взаимодействуя с другими, я учусь.
77. Абстракции интересны для меня.
78. Мне нравятся детали.
79. Я люблю кратко подвести итоги, прежде чем прийти к какому-либо умозаключению.
80. Я достаточно уверен в себе.

**Обработка результатов.** Подсчитайте количество совпавших ответов по каждой шкале (количество совпадений равняется количеству баллов по шкале):

**Стиль 1:** 1, 8, 9, 13, 17, 24, 26, 31, 33, 40, 41, 48, 50, 53, 57, 63, 65, 70, 74, 79;

**Стиль 2:** 2, 7, 10, 14, 18, 23, 25, 30, 34, 37, 42, 47, 51, 55, 58, 62, 66, 69, 75, 78;

**Стиль 3:** 3, 6, 11, 15, 19, 22, 27, 29, 35, 38, 43, 46, 49, 56, 59, 64, 67, 71, 76, 80;

**Стиль 4:** 4, 5, 12, 16, 20, 21, 28, 32, 36, 39, 44, 45, 52, 54, 60, 61, 68, 72, 73, 77.

Тот стиль, по которому вы набрали наибольшее количество баллов (сумма баллов по каждому из стилей не может превышать 20 баллов), наиболее предпочтителен для вас. Если вы набрали одинаковое количество баллов по нескольким стилям – значит, они присущи вам в равной степени.

**Стиль 1 – ориентация на действия.** Для людей этого стиля характерно обсуждение: результатов, конкретных вопросов, поведения, продуктивности, эффективности,

продвижения вперёд, ответственности, подтверждений, опыта, препятствий, достижений, изменений, решений. Эти люди: прагматичны, прямолинейны, часто взволнованы, решительны, быстры (переключаются с одного вопроса на другой), энергичны (что порой составляет проблему для партнёра).

**Стиль 2 – ориентация на процесс.** Для людей этого стиля характерно обсуждение: фактов, процедурных вопросов, планирования, организации, контролирования, проверки, апробирования, анализа, наблюдений, доказательств, деталей. Эти люди: ориентированы на систематичность, последовательность, причинно-следственные связи, честны, многословны, мало эмоциональны, тщательны, методичны.

**Стиль 3 – ориентация на людей.** Для людей этого стиля характерно обсуждение: людей в целом, человеческих нужд, человеческих мотивов, работы в команде, проблем общения, чувств, «духа работы в команде», понимания, саморазвития, восприимчивости, осознанности, сотрудничества, убеждений, ценностей, ожиданий, отношений. Эти люди: спонтанные, сопереживающие, тёплые, психологически ориентированные, эмоциональные, восприимчивые, чувствительные.

**Стиль 4 – ориентация на людей.** Для людей этого стиля характерно обсуждение: концепций, нововведений, творческого подхода, возможностей, вероятностей, больших планов, различных вопросов, что происходит нового в данной области, взаимозависимости, новых путей, новых методов, улучшений, проблем, потенциала, альтернатив. Эти люди: с хорошим воображением, харизматичны, порой их сложно понимать, эгоцентричны, мало реалистичны, творчески настроены, полны идей, оказывают стимулирующее влияние на других.

### **Тест «Культура телефонного общения»**

*Инструкция. В тесте даются формулировки наиболее распространенных правил телефонного общения. Если вы **всегда** соблюдаете данное правило, то запишите себе 2 балла, **иногда** – 1 балл, **никогда** – 0.*

1. Я набираю номер телефона только тогда, когда твердо уверен в его правильности.
2. Я тщательно готовлюсь к деловому телефонному разговору, добиваясь максимальной краткости.
3. Перед особо ответственными телефонными переговорами делаю нужные записи на листке бумаги.
4. Если предстоит долгий разговор, спрашиваю собеседника, располагает ли он достаточным временем и, если нет, переношу разговор на другой, согласованный, день и час.
5. Добившись соединения по телефону с нужным учреждением, называю себя и свое предприятие.
6. Если я «не туда попал», прошу извинить меня, а не вешаю молча трубку.
7. На ошибочный звонок вежливо отвечаю: «Вы ошиблись номером» и кладу трубку.
8. Работая над важным документом, выключаю телефон.
9. В деловых телефонных переговорах «держу себя в руках», даже если до этого был чем-то раздосадован.



10. В качестве отзыва на телефонный звонок называю свою фамилию или организацию.
11. Во время продолжительного монолога собеседника по телефону время от времени подтверждаю свое внимание краткими репликами.
12. Завершая деловой разговор по телефону, благодарю собеседника и желаю ему успеха.
13. Если коллега, которого спрашивают по телефону, отсутствует, спрашиваю, что ему передать, и оставляю записку на его столе.
14. Если во время разговора с посетителем звонит телефон, я, как правило, прошу перезвонить позже.
15. В присутствии сотрудников стараюсь говорить по телефону вполголоса.
16. Если собеседника плохо слышно, прошу говорить громче или перезвонить.

### **Ответы**

**25 баллов и более** – вы вполне владеете культурой телефонной беседы.

**20-24 баллов** – в целом, вы владеете искусством телефонного разговора, но есть еще резервы для совершенствования.

**менее 20 баллов** – целесообразно еще раз изучить правила.

### **3.2 Выполните задания**

Задание 1. При создании этического кодекса менеджера по персоналу (или иной). В первую очередь определитесь со структурой кодекса: будут ли в нем части, разделы, статьи? Какое название будет у документа? Каков будет его правовой статус?. Сделайте презентацию своих проектов в течение 5-7 минут с использованием ноутбуков.

Задание 2. Газпрома, Сбербанк, РУСАЛа, ОАО РЖД и др. По содержанию заложенных в них принципов и норм делового общения определите: какой цели служат эти документы и какие функции выполняют?

Задание 3. Указать общепринятые правила этикета, которые необходимо соблюдать при определенных случаях: На официальных приемах: в первую очередь приветствуют \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ При входе в кабинет \_\_\_\_\_

Если надо познакомить женщину с мужчиной, следует сказать, обращаясь \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Этикет представления. Так, мужчина, независимо от возраста и положения, всегда \_\_\_\_\_ Младших по возрасту/служебному положению мужчин и женщин следует \_\_\_\_\_

представлять \_\_\_\_\_ При равном положении (ранге) более молодой представляется \_\_\_\_\_, подчиненный \_\_\_\_\_, представляются пары, группы, обществу \_\_\_\_\_ Инициатором беседы нового знакомства является человек \_\_\_\_\_ Вербальный этикет допускает применение различных психологических приемов, например, \_\_\_\_\_

Задание 4. Ваш партнер по деловому общению неоправданно выбирает Ты-общение. Как вы будете себя вести? Какими этикетными формулами вы можете подчеркнуть дистанцию официального общения?

Задание 5. Разработать визитную карточку.

### 3.3 Задания для самоконтроля

1. Как называется неумение при общении определить необходимую меру в выражениях и поступках, в проявлении интереса к другому человеку?

- 1) бестактность;
- 2) воспитанность;
- 3) порядочность;
- 4) тактичность;
- 5) уважение

2. Какая этическая категория лежит в основе высказывания «Все равны перед законом и судом»?

- 1) долг;
- 2) достоинство;
- 3) ответственность;
- 4) справедливость;
- 5) честь

3. Какая этическая категория передает моральную необходимость выполнения общественно полезных обязанностей?

- 1) благо;
- 2) долг;
- 3) счастье;
- 4) честь

4. Какие компоненты включает в себя культура делового общения?

- 1) все ответы верны;
- 2) психологию делового общения;
- 3) служебный этикет;
- 4) технику делового общения;
- 5) этику делового общения

5. Каноничные правила представления (два правильных ответа):

- 1) женщина первая представляется мужчине;
- 2) лица с более высоким статусом представляются людям со статусом более низким;
- 3) младшие по возрасту представляются старшим;

- 4) мужчина первым представляется женщине
6. Литературный язык не используется:
  - 1) в научной речи;
  - 2) в невербальном общении;
  - 3) в официально-деловой речи;
  - 4) в письменной речи;
  - 5) в профессиональном общении
7. Моральный принцип, предписывающий желание помочь другим:
  - 1) альтруизм;
  - 2) толерантность;
  - 3) честолюбие;
  - 4) эмпатия
8. На какой нравственной ценности основана в деловой этике недопустимость вмешательства в дела конкурентов, ущемление их интересов?
  - 1) равенстве;
  - 2) свободе;
  - 3) справедливости;
  - 4) честности
9. Набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации, и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий:
  - 1) должностные обязанности;
  - 2) кодекс чести;
  - 3) корпоративная культура;
  - 4) правила внутреннего распорядка
10. Фундаментальные принципы административной этики (три правильных ответа):
  - 1) безусловная исполнительность;
  - 2) бюрократизм;
  - 3) гуманизм;
  - 4) законность;
  - 5) справедливость

### **Контрольно-измерительные задания по дисциплине «Психология общения»**

#### **Примерная тематика рефератов**

- 1) Построение образа партнера по общению.
- 2) Искусство ведения переговоров.
- 3) Интерпретация невербальной информации в деловом общении.
- 4) Особенности речевого поведения партнера.
- 5) Методы познания личности партнера.
- 6) Национальные различия в деловом общении людей.
- 7) Гендерные различия в деловом общении.
- 8) Визуальные признаки преступников.

- 9) Имидж делового человека.
- 10) Самопрезентация.
- 11) Психологические особенности трудового коллектива
- 12) Психологические особенности спора, дискуссии, полемики, дебатов, прений.
- 13) Культура спора.
- 14) Психологические приемы убеждения в споре
- 15) Понятие о профессиональном стрессе.
- 16) Стрессовые сценарии.
- 17) Раздражительность в деловом общении.
- 18) Коммуникативная агрессия.
- 19) Принцип справедливости в общении.
- 20) Формулирование отказа в деловом общении.
- 21) Манипулирование в деловом общении.
- 22) Стресс подчинения.
- 23) Функциональное значение деловых конфликтов.
- 24) Причины деловых конфликтов.
- 25) Типы деловых конфликтов и коммуникативные тактики в конфликтных ситуациях.
- 26) Модель делового конфликта.
- 27) Выслушивание партнера как психологический прием.
- 28) Техника и тактика аргументирования.
- 29) Формирование переговорного процесса.
- 30) Национальные стили ведения деловых переговоров.
- 31) Социально-психологические характеристики эффективного руководителя.
- 32) Стили руководства.

### **Примерные вопросы к зачету**

1. Характеристика общения.
2. Деловое общение, его виды и формы
3. Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения).
4. Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения).
5. Механизмы и эффекты социальной перцепции (механизмы взаимопонимания).
6. Закономерности привлекательности при первом впечатлении.
7. Деловая беседа как основная форма деловой коммуникации. Основные функции, задачи и принципы.
8. Структура проведения деловой беседы. Собеседование как частная форма деловой беседы.
9. Деловая беседа по телефону как основная форма деловой коммуникации.
10. Деловое совещание как основная форма деловой коммуникации.
11. Деловые переговоры как основная форма деловой коммуникации.
12. Типичные модели поведения на переговорах.
13. Понятие публичного выступления. Психологические особенности публичного выступления.

14. Правила публичного выступления. Основные этапы и стадии: подготовка к выступлению, начало и завершение выступления.
15. Манипулирование в деловом общении. Стратегии поведения и способы защиты от манипуляции.
16. Лидерство и руководство в организациях.
17. Стиль руководства. Психологические проблемы руководства.
18. Определение делового конфликта. Типология конфликтов в деловой коммуникации
19. Причины возникновения конфликтов. Структура и динамика конфликта на работе.
20. Разрешение конфликтов и стратегии поведения в конфликтных ситуациях.
21. Имидж делового человека.
22. Визитная карточка – краткий информатор о деловом партнере.

### **Итоговые тестовые задания**

После изучения курса «Психология общения» обучающиеся могут проверить себя, с помощью предлагаемых тестовых заданий. При этом обучающемуся необходимо внимательно прочитать вопрос и выбрать один или несколько вариантов ответов. Если обучающемуся удастся дать правильные ответы на две трети представленных вопросов, значит у него достаточно высокий уровень теоретической подготовленности по данной дисциплине.

Вопрос 1. «Малый разговор» в деловой коммуникации ведется в рамках:

- Деловых интересов партнеров
- Личностных, неделовых интересов партнеров
- Профессиональных интересов партнеров

Вопрос 2. Адресат манипуляции в деловом общении — это:

- Партнер, который может стать жертвой манипуляции
- Партнер, на которого направлено манипулятивное воздействие
- Партнер, который использует манипулятивные приемы психологического воздействия

Вопрос 3. Атрибуцией называется:

- Все ответы неверны
- Интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей
- Приписывание определенным группам людей специфических черт
- Стремление человека быть в обществе других людей

Вопрос 4. В ценностно-ориентированных манипулятивных технологиях делового общения мишенью психологического воздействия являются:

- Духовные идеалы партнера-адресата
- Когнитивные структуры партнера-адресата
- Потребности и склонности партнера-адресата
- Ценностные установки партнера-адресата

Вопрос 5. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью:

- Жестов
- Информационных технологий
- Определенного темпа речи

- Похлопываний по плечу
- Устной речи

Вопрос 6. Все люди делятся на:

- Все ответы верны
- Рациональных и иррациональных
- Сенсорики и интуитов
- Экстравертов и интровертов

Вопрос 7. Деловой стиль взаимодействия партнеров включает:

- Ослабление контроля за социально-статусными и этикетными нормами
- Признание ценности и значимости поведенческих действий друг друга
- Рациональное использование партнерами поддерживающих техник
- Умение партнеров адаптировать собственные профессиональные знания к каждой деловой ситуации

Вопрос 8. Деловые партнеры с визуальной модальностью мыслят преимущественно:

- Аудиальными образами
- Зрительными образами
- Тактильными образами

Вопрос 9. Информационно-силовое обеспечение манипулятора в манипулятивных технологиях делового общения складывается из совокупного взаимодействия:

- Когнитивно-рациональных сил адресата психологического воздействия
- Личностно-психологических сил манипулятора
- Привлеченных (заимствованных) сил, которые создаются другими личностями
- Статусно-ресурсных сил манипулятора

Вопрос 10. К механизмам манипулятивного воздействия относятся:

- Механизмы присоединения и внедрения, которые использует манипулятор
- Потребности, склонности, мотивации адресата манипуляции
- Психические автоматизмы и комплексы адресата манипуляции
- Психотехнические приемы манипулятивного воздействия

Вопрос 11. К наиболее применяемым в технологиях делового общения техникам активной антиманипулятивной защиты можно отнести:

- Временное прерывание адресатом делового контакта с манипулятором
- Использование партнером-адресатом психотехнических приемов встречной манипуляции
- Преобразование партнером-адресатом коммуникативных сигналов манипулятора с учетом собственных интересов
- Целенаправленную тотальную психологическую атаку на манипулятора

Вопрос 12. К основным манипулятивным техникам психического воздействия в деловом общении относятся техники:

- «Ложного вовлечения»
- Запутывания
- Расположения
- Скрытого принуждения
- Убеждения

Вопрос 13. К особым техникам пассивной защиты, ориентированным на отражение манипулятивного воздействия, относятся:

- Выстраивание партнером-адресатом смысловых и семантических барьеров с манипулятором
- Дистанцирование партнера-адресата от партнера-манипулятора
- Расположение партнера-адресата к намерениям и установкам манипулятора
- Соккрытие партнером-адресатом своих ситуативно переживаемых эмоций и чувств

Вопрос 14. К открытым вопросам в деловой коммуникации относятся:

- Альтернативные
- Зеркальные
- Информационные
- Риторические

Вопрос 15. К признакам, которые свидетельствуют о наличии манипуляции в деловом общении, относятся:

- Неконгруэнтность коммуникативных сообщений манипулятора
- Поведенческая стратегия делового партнера-коммуникатора, ориентированная на сотрудничество
- Появление у партнера-адресата внутренних ощущений дискомфорта, эмоционального напряжения и беспокойства
- Присутствие вербализированных и невербальных угрожающих сигналов
- Структурная компоновка дискурсов информации, не релевантная их содержательной значимости для решения деловой проблемы

Вопрос 16. К средствам невербальной коммуникации относятся:

- Все ответы верны
- Кинесика
- Проксемика
- Такетика

Вопрос 17. К техникам малого разговора, применяемого в деловой коммуникации, относятся:

- Высказывания-ссылки с приятными ассоциациями для партнера
- Интересный, увлекательный рассказ
- Позитивные констатации событий или фактов, интересующих партнера
- Убеждающие деловые сообщения
- Цитирование высказываний партнера о его увлечениях, хобби

Вопрос 18. Кинесическими средствами невербального общения выступают:

- Мимика
- Поза
- Покашливание
- Рукопожатие
- Устная речь

Вопрос 19. Логико-смысловое манипулирование информацией в деловом общении предлагает:

- Вербализированную подачу социально значимых для адресата дискурсов информации
- Дозирование информации
- Соккрытие важных смысловых дискурсов информации

- Утаивание информации

Вопрос 20. Манипулятивная стратегия в деловом общении реализуется как:

- Система психотехнических приемов и действий, отражающая долговременные цели манипулятора
- Система совместных поведенческих действий деловых партнеров, имеющая целью компромиссное решение деловой проблемы
- Совокупность поведенческих действий адресата манипуляции

Вопрос 21. Манипулятивные технологии делового общения — это такие технологии, в которых присутствуют:

- Открытое принуждение партнера к каким-либо поведенческим действиям
- Психотехнические приемы манипулирования
- Скрытое психологическое воздействие на делового партнера
- Техники расположения и убеждения по отношению к партнеру — адресату воздействия

Вопрос 22. Мишени манипулятивного воздействия — это:

- Локальные психические структуры партнера-адресата, на которые направлено манипулятивное воздействие
- Объекты, включенные в деловую ситуацию
- Структурные уровни психики манипулятора

Вопрос 23. Невербальными средствами общения являются

- Взгляд
- Походка
- Рукопожатие
- Телефон
- Электронная почта

Вопрос 24. Общение - это:

- Все ответы верны
- Процесс передачи информации
- Процесс установления контактов между людьми
- Процесс формирования и развития личности

Вопрос 25. Персональная дистанция в процессе общения:

- 120-350см
- 15-50см
- 50-120см
- Свыше 350см

Вопрос 26. Побудительная информация в деловой коммуникации реализуется в виде:

- Познавательного сообщения
- Призыва
- Приказа
- Просьбы

Вопрос 27. Прием направленного критического слушания целесообразно использовать в деловых ситуациях, связанных с:

- «Прочтением» стенических эмоций партнеров
- Выслушиванием жалоб клиентов



- Дискуссионным обсуждением проблем
- Обсуждением каких-либо инновационных проектов

Вопрос 28. Проксемическими характеристиками невербального общения являются:

- Дистанция между общающимися
- Мимика
- Похлопывание по спине
- Телефон
- Угол общения партнеров

Вопрос 29. Просодическими средствами невербального общения выступают

- Громкость голоса
- Дистанция между общающимися
- Жесты
- Интонация
- Плач

Вопрос 30. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Доброе утро, страховая компания «Висепт»

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 31. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Добрый день. Это центр «Генезис». У телефона Ирина Аникеева. Чем я могу вам помочь?

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 32. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Здравствуйте, сервисный центр

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 33. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Извините, я не занимаюсь этими вопросами. Вам нужно позвонить в отдел продаж.

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 34. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». Извините, я работаю в другом отделе, поэтому ничем вам помочь не могу.

- Отрицательно
- Положительно

Вопрос 35. Прочитайте фразу-ответ на входящий телефонный звонок. Оцените, как воспринимает клиент фразу. Если Вы считаете, что фраза положительно воспринимается клиентом, ответьте «положительно», а если отрицательно, то ответьте «отрицательно». К сожалению, Анна еще обедает.

- Отрицательно
- Положительно

### Словарь психологических терминов

**«Агрессор»** - человек, который добивается повышения собственного статуса, критикуя или порицая других, когда дела идут не лучшим образом, и принижая личные качества, достоинство и статус другого человека.

**Агрессивное поведение** – нападки на оппонента без учета ситуации и чувств, потребностей или прав объекта нападок.

**Актуализация** – перевод знаний, навыков и чувств в процессе обучения из скрытого, латентного состояния в явное и действующее.

**Алгоритм** – точное, пунктуальное описание последовательности действий, преобразующих исходные данные в искомый результат.

**Альтернатива** – необходимость, выбора одного из нескольких возможных вариантов (как правило, взаимоисключающих) решений, предоставленных вариантов действия.

**Альтруизм** – нравственная норма и черта личности, проявляющаяся в бескорыстной заботе о благе окружающих, готовность жертвовать собственными интересами в пользу других людей.

**Базовые подсистемы культуры** – нормы, ценности, знания, символы:

**Барьер психологический** – внутреннее препятствие психологической природы (нежелание, боязнь, неуверенность и др.), мешающее человеку успешно выполнять некоторые действия.

**Барьер смысловой** – несовпадение смыслов высказанных просьб, требований у партнеров в общении. Зачастую в процессе взаимодействия препятствует установлению доверительных отношений между людьми.

**Взаимопонимание** – достижение взаимного понимания, согласие; понимание того, что партнеры располагают одними и теми же сведениями, а также испытывают похожие чувства и имеют общий опыт.

**Визуалист** – человек, больше воспринимающий зрением. Он любит, чтобы собеседник находился подальше: надо увидеть его всего. Визуалист – темпераментный человек, у него быстрый темп речи, жестикуляция активна, руки при этом – чуть выше линии плеча. Наиболее часто употребляет выражения со словами «вижу».

**Виртуальный** – способный к действию, возможный; (филос.) не существующий непосредственно сам по себе, но способный возникнуть при наличии известных условий.

**Внушение** – неосознанное влияние одного человека на другого, вызывающее определенное изменения в его психологии и поведении.

**Выработка норм** – стадия развития группы, на которой группа закрепляет свои правила поведения, в особенности те, что касаются разрешения конфликта.

**Говорить уместно** – выбирать язык и символы, приспособленные к нуждам, интересам, знаниям и отношениям слушателей.

**Групповое взаимодействие** – совокупность коммуникативных и межличностных связей, необходимых для совместной деятельности.

**Дебаты** (от фр. *debat* – спор, прения) в толковом словаре определено так: «прения, обмен мнениями по каким-либо вопросам споры».

**Декодирование** – процесс обратной трансформации сообщений в идеи и чувства.

**Деловая беседа** – диалоговая форма коммуникации, в которой межличностное общение деловых партнеров осуществляется в определенных формально-ролевых и пространственно-временных рамках.

**Деловая культура** – организация труда, навыки делового общения, нормы и правила делового этикета, наука и искусство вести дела, сама деловая репутация.

**Деловое общение** – особый вид общения, который реализуется в совместной профессионально-предметной деятельности людей и содержание которого определяется социально значимым предметом общения, взаимным психологическим влиянием субъектов общения и формально-ролевым принципом их взаимодействия.

**Деловое совещание** – форма деловой коммуникации, реализующая совместное деловое обсуждение какой-либо социально значимой проблемы.

**Деловая переписка** – обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста:

- **письма**, исходящие из вышестоящих организаций, содержат, как правило, указания, уведомления, напоминания, разъяснения, запросы. Организации обмениваются между собой письмами, содержащими просьбы, предложения, подтверждения, извещения, сообщения и проч. Переписка как вид делового общения делится на собственно деловую и конфиденциальную;

- **деловое письмо** – это корреспонденция, направленная от имени одной организации на имя другого. Она может быть адресована коллективу или одному человеку, выступающему в качестве юридического лица. Частным официальным письмом является деловое послание, которое адресуется от имени частного лица организации, частному лицу.

**Деловые переговоры** – специфическая форма делового общения, имеющая жесткие формально-ролевые и статусные рамки и предполагающее обязательное следование деловому протоколу в процессе поиска взаимоприемлемого решения.

**Деловые письма** обеспечивают связь между деловыми партнерами и сохраняют информацию об этой связи. Грамотно составленное письмо служит одним из действенных средств достижения делового успеха.

**Деструктивный** – неэффективный, неплодотворный, разрушительный.

**Диспут** (от лат. *disputar* – рассуждать) первоначально означал публичную защиту научного сочинения, написанного для получения ученой степени. Сегодня диспут – это обсуждение нравственных, политических, литературных, научных, профессиональных и иных проблем, у которых нет однозначных решений.

**Дипломатический протокол** – это ряд правил, которые предписывают порядок совершения различных дипломатических актов – международных совещаний и конференций, переговоров, визитов, дипломатических приемов, приемов и проводов официальных делегаций, подписания международных соглашений, договоров и т.п.

**Дискриминация** – несправедливое обращение с людьми или причинение им вреда на основании их принадлежности к той или иной группе.

**Дистанцирование** – отдаление, удаление; соблюдение расстояния, дистанции.

**Доминировать** – господствовать, преобладать.

**Дурными манерами** принято считать привычку громко говорить, не стесняясь в выражениях, развязность в жестикуляции и поведении, неряшливость в одежде, грубость, откровенную недоброжелательность к окружающим, пренебрежительное отношение к чужим интересам, беззастенчивое навязывание другим людям своей воли и желаний, неумение сдерживать свое раздражение, намеренное оскорбление достоинства окружающих, проявляющееся в бестактности.

**Жаргон** – техническая терминология или характерные идиомы, употребляемые в специальной деятельности или узкими группами.

**Заражение** – психологический термин, обозначающий бессознательную передачу от человека к человеку каких-либо эмоций, состояний и побуждений.

**Защитные механизмы** – совокупность бессознательных приемов, с помощью которых человек оберегает себя от психологических травм.

**Знания** – информация о том, что собой представляет окружающий человека мир, осознание того, что он хочет, информация о ценностях, имеющихся или потенциальных, а также о способах их получения и правилах, которыми следует при этом руководствоваться.

**Идентификация** – установление идентичности, тождественности предметов и явлений; в психологическом смысле идентификация употребляется для обозначения механизма социализации, отождествления индивида с группой.

**Имидж** – целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы, формирования репутации. Манипулятивный, привлекательный, легко трактуемый психологический образ – стереотип, воздействующий на эмоциональную сферу человека (иногда на подсознание), а через них – на механизмы сознания и поведения, выбор человека.

**Имиджелогия** – практическая комплексная дисциплина, использующая результаты ряда наук (социальной психологии, культурологи, социологии и др.) с целью создания и преобразования имиджа в профессиональную деятельность.

**Имиджмейкер** – лицо, профессионально занимающееся созданием и преобразованием имиджа, владеющее знаниями стилиста, дизайнера, визажиста и психолога.

**Импонировать** – производить положительное впечатление, нравится, например, импонировать открытость общения.

**Индивидуализм** утверждает, прежде всего, ценность, уникальность и неповторимость каждой личности. Индивидуализм побуждает человека к выявлению своих сил и возможностей, повышает уровень ответственности за собственную моральную деятельность.

**Индивидуальный идеал** – это стремление человека к внутренней удовлетворенности происходящим.

**Интерактивная стратегия** – получение информации о другом человеке в процессе взаимодействия с ним.

**Интересы партнера** – особые мотивационные состояния делового партнера, побуждающие его к познавательной деятельности.

**Интерпретировать** – истолковывать, приписывать значение отобранной систематизированной информации.

**Интроверсия** – обращенность сознания человека к самому себе; поглощенность собственными проблемами и переживаниями, сопровождаемая ослаблением внимания к тому, что происходит вокруг.

**Интроспекция** – самонаблюдение; изучение собственных психических процессов.

**Инцидент** – происшествие, случай, столкновение, стечение обстоятельств, являющихся поводом для конфликта.

**Иррациональный** – недоступный пониманию, разуму.

**Карты этики** – набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс организации для каждого ее работника.

**Кинесика** – наука, изучающая движение, позы, мимику и жесты.

**Кинестик** – человек, воспринимающий мир ощущениями, он любит быть ближе к собеседнику, ему нужен непосредственный контакт (взять за руку, дотронуться до плеча), он достаточно подвижен, но реакция на все у него замедленная, жестикуляция идет ниже средней линии, а наиболее часто употребляемое слово – «чувствую».

**Клише** – стереотипное, избитое выражение шаблонная фраза.

**Когнитивные препятствия** – препятствия, возникающие когда, человек ощущает давление как результат трудности задачи, нехватки информации или ограниченного времени.

**Кодирование** – процесс трансформирования идей и чувств в слова, звуки, действия.

**Коллективизм** выступает прямым следствием общественной сущности человека, ориентируя его на подчинение своих личных интересов общественным. Человек, руководствующийся данным принципом, отождествляет себя с определенной социальной группой, испытывает чувство сопричастности к ее целям, задачам, интересам. Но гипертрофированное проявление коллективизма может привести к утрате человеком своей индивидуальности, чувства личной ответственности, критического отношения к действиям других людей.

**Коллизия** – столкновение противоположных, разнонаправленных взглядов, стремлений, чувств, интересов, обстоятельств.

**Коммуникабельность** – способность, предрасположенность к общению, коммуникации, к установлению контактов и связей, психологическая совместимость, общительность.

**Коммуникативная компетенция** – совокупность знаний, умений и навыков в области вербальных и невербальных средств для адекватного восприятия и отражения действительности в различных ситуациях общения.

**Коммуникативная культура** – это основа общей культуры личности, базовый компонент культуры, который обеспечивает готовность личности к жизненному самоопределению, является условием достижения гармонии с собой и окружающей действительностью.

**Коммуникативная культура** включает в себя знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей, позволяющие устанавливать психологический

контакт с деловыми партнерами, добиваться желательных результатов. В основе коммуникативной культуры лежат общепринятые нравственные требования к общению.

**Коммуникативные барьеры** – логический, стилистический, семантический, фонетический (особенности интеллекта, неодинаковое знание предмета разговора, различный лексикон и тезаурус).

**Коммуникативные способности** – способности, позволяющие ему успешно решать проблемы межличностного общения и воспринимать все нюансы и детали этого общения.

**Коммуникативные умения** – адекватное использование всех средств общения в соответствии с целями, условиями, адресатом общения.

**Компенсация** – способность человека избавляться от переживаний по поводу собственных недостатков за счет усиленной работы над собой и развития других позитивных качеств.

**Комплекс неполноценности** – сложное состояние человека, связанное с недостатками каких-либо качеств (способностей, умений, знаний, навыков), сопровождаемое глубокими негативными эмоциональными переживаниями по этому поводу.

**Компромисс** – ситуация, когда обе стороны идут на жертвы ради поиска общих интересов.

**Конкурентоспособность** – совокупность потребительских свойств данного товара, характеризующих его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям, с учетом затрат на их удовлетворение, цен и пр.

**Конкуренция** – соперничество, борьба за достижение лучших результатов на каком-либо поприще.

**Коннотация** – чувства или оценки, которые у нас ассоциируются со словом.

**Консенсус** – общее согласие по обсуждаемому или спорному вопросу, достигнутое без процедур голосования.

**Конфликт** – столкновение сторон, имеющих противоположные цели, интересы, взгляды; серьёзные разногласия, острый спор, приводящий к борьбе, трудноразрешимое противоречие, связанное с острым эмоциональным переживанием, вызванное несовместимостью взглядов, целей, интересов, потребностей.

**Конфликтная ситуация** – это накопившиеся противоречия, содержащие истинную причину конфликта.

**Конформность** – некритическое принятие человеком чужого неправильного мнения, сопровождаемое неискренним отказом от собственного мнения, в правильности которого человек внутренне не сомневается.

**Конфронтация** – противостояние, противоборство.

**Корпоративная культура** – это деловая культура в её организационном аспекте.

**Корпоративная социальная ответственность** – это комплекс действий, являющихся обязательным согласно закону, и действий, не требуемых законом о деятельности экономических субъектов.

**Корпоративное общение** – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Предметом корпоративного общения являются дело, а основной задачей – продуктивное сотрудничество.

**Корпоративная этика** – (в широком смысле) называется система универсальных и нравственных специфических требований и норм поведения, реализуемых в процессе деятельности частных компаний это система материальных и духовных ценностей, присущих данной корпорации, отражающих её индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде.

**Креативность** – творчество, способности творить.

**Культура речи в деловом общении** характеризуется следующими показателями:

- **словарный состав** (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);

- **словарный запас** (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает);

- **произношение** (в русском языке нормой современного произношения является старомосковский диалект);

- **грамматика** (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета специфических отличий);

- **стилистика** (к стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

**Латентный** – скрытое, внешне не заметное развитие какого-либо процесса, явления.

**Манипулирование** – скрытое управление помимо воли адресата, в ущерб ему, преследующее эгоистические цели управляющего субъекта сложное, запутанное действие; ловкая проделка, подтасовка; система приемов и способов воздействия на сознание с целью навязывания каких-либо идей введение в заблуждение.

**Межкультурная компетенция** – владение комплексом коммуникативно релевантных знаний как о родной, так и о других культурах, умение адекватно использовать эти знания при контактах и взаимодействии с представителями этих культур. Межкультурная компетенция предполагает также наличие у индивида толерантности и особой культурной чувствительности, позволяющих ему преодолеть воздействие стереотипов и адаптироваться к изменяющимся условиям коммуникации при общении с представителями разных культур.

**Межличностный конфликт** – результат ситуации, когда потребности или представления одного человека не соответствуют потребностям или представлению другого.

**Менталитет, ментальность** – образ способ мышления личности или общественной группы, а также присущая им духовность и ее социальная и биологическая обусловленность; склад ума, умственный настрой, мировосприятие.

**Механизмы познания другого человека** – идентификация, эмпатия, рефлексия.

**Мистификация** – намеренное введение кого-либо в заблуждение, заведомый обман.

**Мозговой штурм** – специальный метод организации совместной творческой работы людей, рассчитанный на повышение их умственной активности и решение сложных интеллектуальных задач.

**Мораль** – один из основных способов нормативной регуляции действия человека в обществе; особая форма общественного сознания и вид общественных отношений. Система нравственных отношений, мотивов действия, чувств, сознания, определяет границы отношений, поступков и взаимодействий людей в обществе.

**Моральные нормы** - конкретные правила поведения, определяющие, как человек должен вести себя по отношению к другим людям, самому себе.

**Моральное поведение** – результат становления личности. Оно опирается на нравственное сознание личности. Поведение человека является показателем его нравственной культуры.

**Моральные принципы** – фундаментальные основные представления о должном поведении человека, на которых базируются нравственные нормы.

**Мотивация партнера** – совокупность психических процессов личности делового партнера, придающая его поведению энергетический импульс и общую направленность. Включают в себя потребности, мотивы, интересы, установки.

**Нагнетание конфликта** – размышления или тягостные над реальной проблемой или тем, что представляется проблемой, доводящие человека до состояния, когда конфликт считается более серьезным, чем он есть на самом деле, и человек начинает обвинять партнера.

**Невербальные элементы общения** – передача информации несловесными символами и знаками.

**Неконгруэнтность** – разрыв между неправильным восприятием себя и реальностью.

**Нервозность** – страх или тревога, связанные с публичным выступлением.

**Нормы** – правила поведения человека в процессе достижения цели;

**Нормы социальные** – принятые в данном обществе или группе правила поведения, регулирующие взаимоотношения людей.

**Нормы этического поведения руководителя** – правила, основанные на знаниях и навыках этики, определяющих уважительное отношение руководителя к своим подчиненным и внешнему окружению.

Культура профессионального поведения руководителя определяется общим уровнем его образования и воспитания. Общечеловеческие нормы и правила поведения, универсальные основы этики и морали безусловно действуют и находят свое проявление в деятельности руководителя. Однако профессиональное поведение руководителя требует от него определенных специфических знаний и навыков, которые во многом случае позволяют предотвратить возникновение конфликта или стрессовой ситуации во взаимоотношениях с подчиненными сотрудниками.

**Нравственность** – это исторически сложившаяся система неписанных законов, основная ценностная форма общественного сознания, в которой находят отражение общепринятые нормативы и оценки человеческих поступков.

**Обаяние** – ценнейшее личностное качество, которое для многих профессий в системе субъектно-субъектных отношений является еще и профессионально важным. Обаятельные люди обладают притягательной силой, они быстро располагают к себе, создают обстановку психологического комфорта, а самое главное – они умеют влиять на других людей.

**Обратная связь** – вербальная и физиологическая реакция на людей и их сообщения.

**Общение деловое** – прагматическое взаимодействие людей, в котором его участники выполняют социальные роли, поэтому в нем запрограммированы конкретные цели общения, его мотивы, а также способы осуществления контактов.

**Организационные документы** являются весьма важными в деловой практике организации. Основным здесь выступают устав организации – документ, определяющий



важные элементы содержания работы организации, ее основные функции подразделений и работников, и должностные инструкции, которые конкретизируют функции работников с учетом общего объема работы и оптимального распределения обязанностей между работниками организации.

**Остракизм** – изгнание, осуждение кого-либо.

**Открытый тип разговора** – откровенный обмен мыслями чувствами без использования манипуляций.

**Пантомимика** – система выразительных движений, совершаемых при помощи тела.

**Параязык** – невербальное «звучание» сообщений: манера передачи информации.

**Паритет** – равенство, одинаковое положение, принцип равных прав и возможностей, равное соотношение.

**Пассивное поведение** – нежелание высказывать свое мнение, показывать свои чувства или принимать на себя ответственность за свои действия.

**Персонализация чувств и мнений** – использование высказываний от первого лица для идентификации себя как источника конкретных мыслей, чувств.

**Персонификация** – приспособление информации к специфическим представлениям аудитории.

**Перцепция социальная** – процесс формирования в общественном и социальном сознании образов социальных объектов в форме восприятия и понимания одним человеком другого: его окрашивают и направляют эмоции, мнения, отношения, установки, пристрастия.

**Подчинение** – восприимчивость и подверженность целенаправленному воздействию субъекта управления. Обычно выделяют три типа подчинения:

- **строптивное** – работник воспринимает подчинение как вынужденное и внешне навязанное отношение. Для него характерно слабое понимание мотивов подчинения и долга;

- **равнодушное** – работник вполне удовлетворен своим положением, ибо это освобождает его от принятия ответственных решений, исповедуется принцип «пусть думает начальник»;

- **инициативное** – работник осознает необходимость подчинения, чувство долга у него переходит в привычку, но не заглушает инициативы. В основе такого типа подчинения лежит критическая оценка руководителя и признание его авторитета.

**Поза** – положение или осанка тела.

**Полемика** (от греч. Polemikos – воинственный, враждебный) – это острый спор, столкновение принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу.

**Полилог** – дискуссия трех и более участников.

**Понимание** – точная расшифровка сообщения путем присвоения ему правильного значения, а также доступный благодаря этому результат. Для понимания характерно ощущение ясности и внутренней связанности рассматриваемых явлений и отношений.

**Поспешное обобщение** – представление обобщения, которое либо вообще не подкреплено фактами, либо подкреплено только одним слабым примером.

**Потребность в контроле ситуации** – желание влиять на события и окружающих людей.

**Потребность в присоединении** – желание находиться в обществе других людей.

**Правила** – неписанные законы, которые определяют, какое поведение обязательно, предпочтительно или запрещено в определенном контексте.

**Превалировать** – иметь перевес, преимущество, преобладать.

**Презентация** – торжественное, публичное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного.

**Прецедент** – случай, имевший место ранее и служащий примером или оправданием для аналогичных действий в настоящем.

**Предмет спора** – это те положения и суждения, которые подлежат обсуждению путем обмена различными точками зрения, сопоставления разных мнений. Важно, чтобы участники спора всегда представляли себе, что же является предметом их разногласий. Для того чтобы не повторять предмет спора, не уйти в сторону от решения основного вопроса, чтобы обсуждение спорной проблемы было плодотворным и результативным, участники спора должны знать его предмет, разбираться в поставленных задачах, быть эрудированными и компетентными.

**Прения** – русское слово, зафиксированное в лексиконе еще в XVIIв. И подразумевающее обсуждение какого-либо вопроса, публичный спор. Прения и дебаты возможны при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях и т.д.

**Приемлемые цели** – цели, которые человек считает осмысленными и в достижении которых он лично заинтересован.

**Принуждение** – способ разрешения конфликта с помощью силы, словесных нападок или манипуляций: при этом человек требует, чтобы его потребности были удовлетворены, а идеи одобрены.

**Принцип сотрудничества** – состоит в том, что беседы будут протекать удачно, когда вклад участников разговора будет соответствовать его цели.

**Принятие информации** – процесс, в котором сообщение воспринимается как субъективно ценное. Это важный этап на пути достижения взаимопонимания и согласия.

**Принятие точки зрения** – представление себя на месте другого.

**Принцип альтруизма** близок гуманизму и заключается в бескорыстной любви и заботе о благе другого человека, в готовности к самопожертвованию. Альтруизм противоположен *эгоизму*, ориентированному только на себя, в ущерб всем остальным.

**Принцип гуманизма** относится к числу основополагающих моральных принципов. Он выражается в признании человека главной ценностью, а его интересов – приоритетными. Гуманизм – это торжество человечности в человеческих отношениях. На протяжении всей истории соблюдение или нарушение принципа гуманизма, борьба за его реализацию всегда были в центре внимания. И на современном этапе любая деятельность оценивается по результатам, прежде всего по тому, как она служит человеку.

**Принцип тоталитарности** актуализирует признание роли общения в жизнедеятельности людей; он предполагает проявление терпимости к иным взглядам, ценностям, поведению; его реализация позволяет сделать общение позитивным и гармоничным.

**Приспособление** – способ разрешения конфликта, когда люди пытаются удовлетворить потребности другого и при этом жертвуют своими собственными потребностями.

**Проверка восприятия** – утверждение, отражающее ваше собственное понимание смысла невербальных сигналов, переданных другими людьми.

**Профессиональные моральные нормы** – это вежливость, предупредительность, тактичность, трудолюбие.

**Профессиональная этика** представляет собой совокупность моральных норм, правил, принципов, которые регулируют отношение человека к своим профессиональным обязанностям, долгу, а также взаимоотношения людей в трудовой деятельности.

**Проявление чувств** – выражение чувств посредством мимики, жестов и эмоциональных вербальных реакций.

**Психологическая совместимость людей** – способность людей находить взаимопонимание, налаживать деловые и личные контакты, сотрудничать друг с другом.

**Психологические технологии формирования имиджа** – совокупность средств, способов и приемов определения желаемых характеристик имиджа, обуславливающих его эффективность. Существует следующие виды технологий: социально-психологическое определение «идеального образа»; сценарный подход; использование психологических феноменов контраста, подобия, ореола; лингвистические суггестивные описания.

**Психологический контекст** – настроения и чувства, которые каждый из собеседников привносит в общение.

**Развитие личностно-профессиональное** – процесс формирования личности, ориентированной на высокие профессиональные достижения, и ее профессионализма, осуществляемый в саморазвитии, профессиональной деятельности и взаимодействиях.

**Разговор на равных** – разговор без каких-либо слов или невербальных сигналов, подчеркивающих превосходство.

**Рассуждение по аналогии** – рассуждение, при котором выводы являются результатом сравнения с ситуацией с похожим сочетанием обстоятельств.

**Реакция поддержки** – утешение высказывания, цель которых – выразить одобрение, поддержать, воодушевить, успокоить утешить.

**Регрессивное поведение** – форма защитной реакции индивида при переживании им фрустрации, состоящая в замене значимой для него сложной задачи, решение которой затруднено в сложившейся ситуации, на более легкую.

**Рефлексия** – способность сознания человека сосредоточиться на себе.

**Риторический вопрос** – вопрос, который не требует ответа вслух, а подразумевает мысленный ответ.

**Ролевое общение** – подчеркивание императивной формы коммуникации разницы в занимаемом социальном положении.

**Роль** – понятие, обозначающее поведение человека в определенной жизненной ситуации, которая соответствует занимаемому им положению.

**Самоактуализация** – стремление человека к возможно более полному выявлению и развитию своих личностных возможностей, потребность в совершенствовании и максимальной реализации своего потенциала.

**Самоопределение личности** – самостоятельный выбор человеком своего жизненного пути, целей, ценностей, нравственных норм, будущей профессии и условий жизни.

**Самооценка** – оценка человеком собственных качеств, достоинств и недостатков.

**Самопрезентация** – самовыражение и поведение, направленное на создание благоприятного впечатления или мнения, соответствующего чьим-либо идеалам.

**Самораскрытие** – обмен биографическими данными, личности представлениями и чувствами, неизвестными другому человеку.

**Сдерживание чувств** – поведение, при котором человек отрицает наличие у него чувств, удерживает их в себе и не проявляет никаких вербальных или невербальных признаков их существования.

**Символы** – знаки, заменяющие целый комплекс идей, слова, звуки и действия, выражающие конкретное содержание значения.

**Сленг** – неофициальный, нестандартный словарь, не совпадающий с нормой литературного языка.

**Соперничество** – стремление человека к соревнованию с другими людьми, желание одержать верх над ними, победить, превзойти.

**Сотрудничество** – стремление человека к согласованной, слаженной работе с людьми. Готовность поддержать и оказать им помощь (противоположно соперничеству).

**Социально-психологическая компетентность** – способность человека эффективно взаимодействовать с окружающими его людьми в системе межличностных отношений.

**Социокультурная компетенция** – владение социально значимыми знаниями, ценностными установками, необходимыми индивиду для адекватного функционирования в данной культуре и успешного взаимодействия с ее носителями, а также умение использовать их в конкретных условиях жизни и общения.

**Сплоченность** – степень взаимодействия членов группы при достижении общих целей.

**Спор** – это тонкое искусство, у него имеется множество трудноуловимых психологических, нравственных и этических граней. Выявлять и учитывать их в споре позволяет лишь практика. Под спором понимается столкновение мнений или позиций, в ходе которого стороны приводят аргументы в поддержку своих убеждений и критикуют несовместимые с ними представления другой стороны.

**Способы воздействия партнёров друг на друга** – заражение, внушение, убеждение, подражание.

**Средства делового общения** – знаковые и символические системы деловой коммуникации, которые обеспечивают передачу, обмен и переработку информации, поступающей от деловых партнеров.

**Стабилизация** – способ поддержания взаимоотношений на определенном уровне в течение некоторого времени.

**Статус** – положение человека в системе внутригрупповых отношений, определяющее степень его авторитета в глазах остальных участников группы.

**Стили поведения в конфликтной ситуации** – конкуренция, уклонение, приспособление, сотрудничество, компромисс.

**Стили руководства** – это устойчивый комплекс черт руководителя, проявляющийся в его отношениях с подчиненными. Иными словами, это способ, которым начальник управляет подчиненными и в котором выражается независимый от конкретных ситуаций образец его поведения.

**Стимул** – цель, которая дает мотивацию.

**Суггестия** – внушение, различные способы вербального и невербального эмоционально окрашенного воздействия на человека с целью создания у него определенного состояния или побуждения к определенным действиям.

**Толерантность** – терпимость, допущение, способность человека противостоять разного рода жизненным трудностям без утраты психологической адаптации.

**Убеждающая речь** – процесс, в ходе которого оратор передает сообщение, предназначенное для укрепления определенного убеждения аудитории, его изменения или побуждения аудитории к действию.

**Уровень притязаний** – максимальный успех, которого рассчитывает добиться человек в том или ином виде деятельности.

**Установки** – предрасположенность испытывать положительные или отрицательные чувства к людям, обстановке или вещам, которая обычно выражается как мнение.

**Фальсификация** – злостное, преднамеренное искажение каких-либо данных.

**Форма делового общения** – способ реализации коммуникативного процесса делового общения.

**Функции морали:**

- **гуманистическая функция** суть ее в том, что именно приобщение личности к высоким нравственным принципам и идеалам и следование им в отношениях с людьми «очеловечивает» человека, делает его достойны уважения. Это основное предназначение морали, которое конкретизируется и другими, более частными, функциями;

- **регулятивная функция** мораль не только предписывает людям представления о должном поведении, но и регулирует поведение и отношения людей в обществе. Эта функция проявляется во всех сферах человеческого бытия через противоречие доброго и злого, должного и сущего, справедливого и несправедливого;

- **воспитательная функция** мораль участвует не только в регулировании человеческих взаимоотношений, но и в формировании, воспитании человеческой личности. Господствующие в обществе моральные нормы и принципы в процессе социализации (в том числе обучения и образования) вносятся в сознание человека, прививаются ему. Мораль учит поступать так, чтобы не было плохо другим. Она формирует потребность относиться к другим, как к самому себе, осознавать последствия своих действий для других. Моральное воспитание не ограничивается возрастной педагогикой. В определенном смысле моральное воспитание продолжается всю жизнь – от момента складывания и формирования сознания человека через самовоспитание в период взрослости. Первичные моральные представления в ходе социализации превращаются в нравственный мир человека. В этом мере моральные требования не являются чем-то внешним, требованиями социума, а выступают основанием самостоятельного ценностного выбора, решения, ответственности. Они становятся совестью человека, его моральной рефлексией;

- **познавательная функция** морали тесно связана с воспитательной функцией. В ее рамках люди нацеливаются на определенные смысложизненные ценности. Мораль позволяет познавать и оценивать человеческие качества. Моральное знание – это знание о должном, справедливом и том, что находится под запретом;

- **коммуникативная функция** мораль выступает необходимым условием, формообразующим элементом и результатом человеческого общения, которое может

быть дружелюбным или враждебным. Позитивным выступает прежде всего стремление к взаимопониманию.

**Хорошими манерами** считаются скромность и сдержанность, умение контролировать свои поступки, внимательно и тактично обращаться с людьми. Хорошие манеры предполагают, к примеру, умение правильно держать свое тело, управлять своим эмоциональным состоянием. Не принято показывать на людях свое дурное настроение. Напротив, всегда сохранять обходительность и приветливость. Следует интересоваться не только собой, но и другими, делать все вовремя.

**Ценности** – это всё то, к чему человек субъективно стремится.

**Ценностные ориентации** – то, что человек особенно ценит в жизни, чему он придает особый, позитивный жизненный смысл.

**Эвфемизм** – не прямое, смягченное выражение вместо резкого или нарушающего нормы приличия, мягкий эквивалент жесткого слова.

**Эгоцентризм** – сосредоточенность сознания и внимания человека исключительно на самом себе, сопровождающаяся игнорированием того, что происходит вокруг.

**Экспрессивность речи** – голосовые контрасты в высоте звука, громкости, темпе и стиле, которые влияют на то, какой смысл извлекают слушатели из произносимых оратором фраз.

**Экстраверсия** – обращенность сознания и внимания человека в основном на то, что происходит вокруг него (противоположна интроверсии).

**Эмоции** – возбуждаемые действиями или словами субъективные переживания, которые сопровождаются физиологическим возбуждением и доступными для наблюдения проявлениями.

**Эмпатия** – переживание чувств, мыслей или установок другого человека, понимание их внутреннего состояния.

**Этика** – наука о морали.

**Этика делового общения** – совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности.

**Этикетное общение** – взаимная самопрезентация партнёров в рамках этикетных слов и выражений.

**Этические кодексы** описывают систему ценностей и правил этики организации, которых должны придерживаться работники. Обычно их доводят до работников в виде печатных материалов.

**Этические нормативы** – система общих ценностей и правил этики, которых, по мнению организации, должны придерживаться ее работники.

**Этическая экспертиза представляет собой всесторонний анализ** конкретного аспекта деятельности организации (или конкретного проекта), который вызывает обеспокоенность и может повлиять на имидж и перспективы организации. Результатом экспертизы может стать комплекс предложений, направленных на улучшение морального климата и повышение респектабельности организации, а также коррекция практики деятельности организации (или ее структурных звеньев).

**Я-концепция** – чувство собственной идентичности, система представлений человека о самом себе, на основе которой он строит взаимодействие с другими людьми и отношения к себе.

**Языковая компетенция** – понятие, введенное в лингвистику Н.Хомским, который рассматривал языковую компетенцию как «языковое знание», трактуя его как способность носителя языка владеть абстрактной системой языковых норм и правил, прежде всего, фонологических, синтаксических и семантических.

## Литература

1. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 392 с. - ISBN 978-5-534-16726-9. - URL : <https://urait.ru/bcode/535477>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
2. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - Москва : Юрайт, 2024. - 433 с. - ISBN 978-5-534-18986-5. - URL: <https://urait.ru/bcode/555623>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
3. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 228 с. - ISBN 978-5-534-12475-0. - URL : <https://urait.ru/bcode/543167>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
4. Коноваленко, М. Ю. Психология делового общения : учебное пособие для вузов / М. Ю. Коноваленко. - Москва : Юрайт, 2024. - 158 с. - ISBN 978-5-534-04999-2. - URL : <https://urait.ru/bcode/538219>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
5. Константинов, В. В. Психология влияния : учебное пособие для вузов / В. В. Константинов, Н. А. Мали. - Москва : Юрайт, 2024. - 154 с. - ISBN 978-5-534-19028-1. - URL : <https://urait.ru/bcode/555799>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
6. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 493 с. - ISBN 978-5-534-17870-8. - URL : <https://urait.ru/bcode/536158>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
7. Корягина, Н. А. Эффективные коммуникации. Социальная компетентность личности : учебное пособие для вузов / Н. А. Корягина. - Москва : Юрайт, 2024. - 344 с. - ISBN 978-5-534-18144-9. - URL : <https://urait.ru/bcode/534386>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.
8. Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. - Москва : Юрайт, 2024. — 110 с. - ISBN 978-

5-534-16812-9. - URL : <https://urait.ru/bcode/536947>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ.- Текст: электронный.

9. Леонов, Н. И. Психология делового общения : учебное пособие для вузов / Н. И. Леонов. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 193 с. - ISBN 978-5-534-09235-6. - URL : <https://urait.ru/bcode/540915>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

10. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров : учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 121 с. - ISBN 978-5-534-09865-5. - URL : <https://urait.ru/bcode/538327>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

11. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры : учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 315 с. - ISBN 978-5-534-07951-7. - URL : <https://urait.ru/bcode/540108>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

12. Психология делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. - Москва : Юрайт, 2024. - 325 с. - ISBN 978-5-534-16813-6. - URL : <https://urait.ru/bcode/536950>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

13. Психология делового общения: электронный курс лекций : учебное пособие / составитель Ю. В. Савин.- пос. Караваево : КГСХА, 2023. - 128 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/416771> (дата обращения: 28.08.2024). - Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. – Текст: электронный.

14. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 376 с. - ISBN 978-5-534-16811-2. - URL : <https://urait.ru/bcode/535527>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

15. Разомазова, А. Л. Психология делового общения : курс лекций : учебное пособие / А. Л. Разомазова. - Липецк : Липецкий ГТУ, 2020. - 67 с. - ISBN 978-5-00175-068-0. - URL: <https://e.lanbook.com/book/247238> (дата обращения: 28.08.2024).- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

16. Рамендик, Д. М. Психология делового общения : учебник и практикум для вузов / Д. М. Рамендик. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 196 с. - ISBN 978-5-534-19130-1. - URL : <https://urait.ru/bcode/555991>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

17. Садовская, В. С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения : учебник и практикум для вузов / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 169 с. - ISBN 978-5-534-06390-5. - URL : <https://urait.ru/bcode/537853>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.



18. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. - Москва : Юрайт, 2024. - 247 с. - ISBN 978-5-534-06495-7. - URL : <https://urait.ru/bcode/534431>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

19. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебное пособие для вузов / В. В. Собольников. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 164 с. - ISBN 978-5-534-05922-9. - URL : <https://urait.ru/bcode/540153>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

20. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения : учебное пособие для вузов / В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под редакцией В. В. Собольникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 202 с. - ISBN 978-5-534-06415-5. - URL : <https://urait.ru/bcode/540154>.- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

21. Черняева, А. В. Психология делового общения : учебное пособие / А. В. Черняева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Волгоград : Волгоградский ГАУ, 2021. - 124 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/247514> (дата обращения: 28.08.2024).- Режим доступа: по подписке ПримГАТУ. - Текст: электронный.

## Содержание

<b>Предисловие</b>	<b>3</b>
<b>Часть 1. Психология общения.</b>	<b>4</b>
Тема 1. Общая характеристика общения, его функции, структура и средства. Необходимый теоретический минимум	<b>4</b>
Тема 2. Деловое общение, его виды и формы. Необходимый теоретический минимум	<b>7</b>
Тема 3. Невербальные средства общения. Необходимый теоретический минимум	<b>14</b>
<b>Практические задания к части 1</b>	<b>20</b>
<b>Часть 2. Психология конфликтов в общении.</b>	<b>28</b>
Тема 2.1 Основы конфликтологии. Необходимый теоретический минимум	<b>28</b>
Тема 2.2. Происхождение и психологические особенности спора, дискуссии, полемики. Необходимый теоретический минимум	<b>38</b>
<b>Практически задания к части 2</b>	<b>43</b>
<b>Часть 3. Профессиональная и речевая культура в деловом общении</b>	<b>44</b>
Тема 3.1 Этика профессионального и делового общения. Необходимый теоретический минимум	<b>48</b>
Тема 3.2 Деловой этикет. Имидж. Необходимый теоретический минимум	<b>57</b>
<b>Практические задания к части 3.</b>	<b>68</b>
<b>Контрольно-измерительные задания по дисциплине «Психология общения»</b>	<b>74</b>
<b>Словарь психологических терминов</b>	<b>81</b>
<b>Литература</b>	<b>94</b>

Прошко Наталья Федоровна

## Психология общения

Учебное пособие для самостоятельной работы для обучающихся направлений подготовки **35.02.16 Эксплуатация и ремонт сельскохозяйственной техники и оборудования**

*Электронное издание*

ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ

Адрес: 692510, г. Уссурийск, пр. Блюхера, 44