

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

Ставрополь 2022

УДК 316.6
ББК 88.53
С 14

Авторы - составители:

Саенко Людмила Александровна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин Северо-Кавказского социального института

Смирнова Елена Владимировна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Северо-Кавказского социального института

Саенко, Л.А. Психология общения : учебное пособие / Л.А. Саенко, Е.В. Смирнова. – Ставрополь, 2022. – 122 с. – ISBN 979-5-6048118-6-3

В учебном пособии раскрыты основы психологии общения, рассматриваются функции и барьеры, вербальные и невербальные средства общения, методы и приемы эффективного взаимодействия, представлены основные формы делового общения, а также деловая этика, этикет и имидж делового человека.

Для лучшего усвоения материала и самоконтроля знаний после каждой темы приведены вопросы, ситуационные задачи, практические задания и тесты.

ISBN 979-5-6048118-6-3

© Саенко Л.А., Смирнова Е.В., 2022
© АНО ВО СКСИ, 2022

Содержание

1. Общение и общительность	4
2. Функции общения	13
3. Барьеры общения.....	20
4. Методы и приемы эффективного взаимодействия	27
5. Вербальные и паралингвистические средства общения	36
6. Невербальные средства общения.....	45
7. Основные формы делового общения	57
8. Деловая беседа.....	63
9. Деловое совещание.....	68
10. Деловые переговоры.....	74
11. Деловая переписка	89
12. Публичное выступление	95
13. Деловая этика и этикет	103
14. Имидж делового человека	108
Литература	117
Приложение 1.	119

1. Общение и общительность

План:

1. Общение: понятие, сущность, этапы
2. Структура общения
3. Общительность и ее типы

1. Общение: понятие, сущность, этапы

Значение общения для человека велико, поскольку в общении реализуется потребность в другом человеке, посредством общения люди организуют различные виды практической и теоретической деятельности, обмениваются информацией, добиваются взаимопонимания, вырабатывают целесообразную программу действий, взаимно влияют друг на друга.

Общение входит в нашу жизнь очень рано. Уже со второго месяца жизни младенец начинает овладевать способностью к общению. Мать улыбается двухмесячному малышу, он улыбается в ответ и он гулит — это уже общение. Влюбленные глаза молодых супругов, пришедших в загс, и отчужденность на лицах мужчины и женщины, когда брак расторгается — тоже общение. Деловое совещание и разговор приятелей, семейный вечерний стол и официальное торжество в коллективе, разговор с продавцом в магазине, дружеская компания людей, знакомых много лет, и встретившихся в поезде попутчиков — все это нескончаемая, бесконечная цепь процесса общения. В нем, как и в созидательной деятельности человека, проявляется его духовное начало.

Дома и на работе, в транспорте и на улице, с родными и сослуживцами, со знакомыми и незнакомыми — всюду возникают взаимоотношения между людьми.

Трудно представить себе сферу более многомерную, многотрудную, а главное, весьма деликатную, порой, трудноуловимую, чем общение.

Если вы проанализируете свою жизнь, то убедитесь, что, наряду с поистине приятными минутами, общение доставляет иногда и массу неприятностей. Осмыслите свой личный опыт взаимоотношений с другими людьми: всегда ли общение приносило вам удовлетворение? Если нет, то почему? Исследования свидетельствуют о том, что многочисленные конфликты в семьях, на производстве, в воспитании детей возникают из-за несформированных коммуникативных умений, низкой культуры общения.

Общение — это сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности.

В процедуре общения выделяют следующие этапы:

1. Потребность в общении, которая побуждает человека вступить в контакт.
2. Ориентировка в целях общения в ситуации общения.
3. Ориентировка в личности собеседника

4. Планирование содержания своего сообщения - человек представляет себе (обычно бессознательно, что он скажет).

5. Бессознательно (иногда сознательно) человек выбирает конкретные средства, фразы, которыми будет пользоваться, решает, как говорить, как себя вести.

6. Восприятия и оценка ответной реакции собеседника, контроль эффективности общения на основе установления обратной связи.

7. Корректировка направления, стиля, методов общения.

Если какое-либо из звеньев акта общения нарушено, то говорящему не удастся добиться ожидаемых результатов общения, и оно окажется неэффективным. Это умение называется «коммуникативной компетентностью» или «коммуникабельностью».

2. Структура общения

Общение включает в себя как минимум три различных процесса, которые еще называют сторонами общения: коммуникацию, интеракцию и социальную перцепцию. Все они тесно связаны между собой и дополняют друг друга (рис.1).



Рисунок 1 - Процессы (стороны) общения

Рассмотрим составляющие структуры общения:

1) **Коммуникативная.** Коммуникация - тип активного взаимодействия, который предполагает информационный обмен. Главным способом коммуникации является речь. С ее помощью люди делятся суждениями и точками зрения, обсуждают проблемы, разрешают вопросы и т.п.

Процесс коммуникации включает в себя ряд обязательных элементов:

- Коммуникатор — того, от кого исходит информация.
- Сообщения — сама информация.
- Канал — средство передачи информации (устно, письменно, по телефону, по электронной почте и пр.).
- Реципиент — того, кто получает и принимает информацию.

Коммуникация между людьми характеризуется следующими специфическими особенностями:

- В коммуникации должны находиться как минимум два индивида, каждый из которых является активным субъектом. При этом их обоюдное информирование подразумевает совместную деятельность.

- В коммуникации должна присутствовать возможность обоюдного влияния партнеров друг на друга, на поведение собеседника и изменение состояния участников процесса коммуникации.

- Влияние в коммуникации может исполняться только при наличии единой концепции декодификации и кодификации у коммуникатора (человека, который направляет информацию) и реципиента (человека, который ее принимает).

2) *Интерактивная* - непосредственная совместная деятельность субъектов. Взаимосвязь между сторонами взаимодействия определяется на основе действий и поступков. При общении появляются изменения поведения людей. Имеется множество вариантов формирования ситуации и типов взаимодействия:

- Кооперация, при которой цели добиваются совместными усилиями;

- Конкуренция, когда один ущемляет другого на пути к осуществлению цели;

- Конфронтация, которая характерна для преследования в общении противоположных задач;

- Корпорация со взаимной выгодой («ты – мне, я – тебе»). Чтобы оказать воздействие, собеседник зачастую прибегает к одной из положительных или отрицательных практик.

- Особо оптимальным и конструктивным подходом считается убеждение, при котором объект передает информацию с приведением надежных доказательств и фактов.

Интерактивная сторона прямо связана с социальными ролями, которые характерны субъектам взаимодействия. Общество накладывает на человека определенные обязательства, которые он должен осуществлять. Множественные ритуалы и правила обращены на регулирование поведения субъектов, которые разумно осуществляют контроль собственных действий и поступков. Масштаб социальных норм, на основе которых работает концепция интерактивного общения, довольно велик. Это и модели поведения, определенные нормами рабочей дисциплины, и воинские обязанности, и понятия о достоинстве и чести, и простые правила воспитания и вежливости. Одобряемая модель поведения, в которой человек стремится соответствовать, находится в зависимости от его личных черт: возраста, пола, обязанностей, социального статуса. Так, от медицинского работника ждут, что он будет проявлять участие и внимание, а от официанта ожидают вежливости и услужливости.

Если во время интерактивного общения с окружающими людьми, человек видит одобрение его поступков, он может судить о согласовании его поведения реализуемой им социальной роли. Если же появляется непонимание с членами общества, то индивид может сделать заключение о том, что его поступки не отвечают ожиданиям, которые приняты в данном обществе.

3) Перцептивная (от латинского «perceptio» – восприятие) – процесс, который появляется при взаимодействии людей на основании естественного общения и происходит в форме понимания и восприятия человека человеком. Перцепция – это отображение человеком на когнитивном уровне тех явлений и объектов, с которыми он встречается. С психологической точки зрения под перцептивной стороной общения рассматривается восприятие другого человека, осознание качеств другой личности. Восприятие собеседника может совершаться через видение его установок, целей, взглядов и мотивов. Когда совершается такое принятие, появляются близкие межличностные отношения разного уровня: привязанность, дружба, любовь и т.д. С помощью перцептивной стороны общения мы «читаем» другого человека. От уровня точности тех выводов, к которым мы приходим, зависит успешность коммуникации с индивидом. Неверное определение личности собеседника может спровоцировать непонимание, конфликт.

Все три стороны процесса общения могут легко сочетаться друг с другом. Поверхностные взаимодействия между людьми, которые продолжаются непродолжительное время, как правило, представлены только интерактивной или коммуникативной стороной либо их сочетание.

3. Общительность и ее типы

Общительность – это умение налаживать контакты, способность к взаимообогащающему и конструктивному общению с другими людьми. Она является одним из важнейших навыков, который позволяет успешно устанавливать социальные связи, что затрагивают как профессиональные, так и личные взаимоотношения.

По характеру и уровню развития общительности людей можно выделить различные типы.

Первый тип условно назовем «*идеальный*». Общение с людьми этого типа всегда приносит чувство удовлетворения. Они легко входят в контакт, быстро организуют общение, могут расположить собеседника, успешно создают плодотворную психологическую атмосферу для общения, хорошо поддерживают разговор, умеют завязать беседу с незнакомыми людьми, не испытывая чувства стеснения и неловкости. Более того, они обладают своеобразным талантом общения — как бы притягивают к себе, вызывают желание разговаривать с ними, просто находиться в их обществе. Они обаятельны, причем нередко именно в общении.

В. Леви в своей работе «Искусство быть другим» представителей этого типа называет «гениями общения» и дает им следующую характеристику:

«...Огромное любопытство, колоссальная жадность к людям. Отсюда повышенное внимание, тонкая наблюдательность и превосходная память на все, касающееся другого... С непостижимой легкостью вживается в чужие судьбы, характеры, обстоятельства, живет жизнью другого, как своей собственной. Поразительная человекосовместимость...

Минус тревожность. При всей живости и подвижности — этот человек на редкость спокоен... Сопутствующие качества: открытость восприятия, легкость переключения внимания, доверчивость, свобода в поведении...

Плюс обратная связь. Вы еще только взглядываете, а он взглянул уже трижды и принимает ваш взгляд, как старого знакомого... В контакте саморегуляция — высокая чувствительность к изменениям. Реакции быстрые, точные, а напряженности нет. В беседе улавливает малейшие изменения интонации, мельчайшие неосознанные движения... Сопутствующие качества: ловкость, тактичность, находчивость, остроумие...

Плюс артистизм. Богатство жестов и интонаций, превосходный рассказчик... Вкус к подробностям, к сочной детали. Эти люди умеют, не нравясь по частям, нравиться в целом.

Плюс оптимизм...

Минус предвзятость...

Плюс предвидение...

Плюс симпатии...»

Второй тип условно назовем **«общительный»**. Чаще они мало инициативны в общении, но общаться с ними все-таки приятно. Они редко выступают инициаторами взаимодействия, скорее, как бы присутствуют в контексте общения, чем сами общаются. Они общаются, во-вторых, а поддерживают общение, во-первых. И удивительное дело! Нам с ними хорошо. И знаете почему? Прежде всего потому, что они умеют слушать. Такие люди поддерживают нить общения внешне обычными фразами и несложными репликами, типа: «Да вы что?», «Правда?», «А что он сказал?», «Ну да?», «Ты смотри!» и т. д. и т. п.

Интенсивность общения целиком зависит от собеседника, а представитель общительного типа как бы аккомпанирует в общении, в котором солирует другой. Такие люди приятны, они помогают выговориться, как правило, деликатны, порой до застенчивости. Этот тип общительности характеризует одно весьма важное свойство, чрезвычайно значимое для общения — умение чувствовать другого человека.

Третий тип условно назовем **«гипертрофированный»**. Общение буквально «захлестывает» представителей гипертрофированного типа. Его представители — люди общительные до неприятного. Они постоянно стремятся, во что бы то ни стало, быть в центре общения, заговаривают на любую тему и всегда готовы беседовать, о чем хотите, но при обязательном условии: центром общения обязательно будут они. Для них это самое главное. Общение должно исходить от них, темы разговоров предлагаться ими, регулирование общения осуществляться ими. Разговор на любую тему они стремятся замкнуть на себе.

Таким людям постоянно хочется, чтобы сейчас, сию минуту внимали обязательно им. Они сами, как правило, плохие слушатели. Вы с таким типом разговариваете, а у него в глазах как будто электронное табло вспыхивает: «Ну, подожди, дай же мне сказать». Они могут даже раздражаться, если им долго не дают выпустить «коммуникативный пар». И только когда это произойдет, несколько успокаиваются, но, как правило, ненадолго. Особенно сложно, если такой человек стремится непременно стать «душой общества», ну, скажем, в компании, собравшейся отметить какое-то событие. Он непременно буквально давит на всех своей инициативой в общении и нередко разрушает приятную атмосферу общения. Такие люди умеют создавать из взаимодействия буквально девятый вал общения. Гиперобщительному типу другой человек нужен только как предмет для собственного самовыражения. В общении, как и во всем, важна мера.

Четвертый тип условно назовем «**необщительный**». Организовать контакт с ними чрезвычайно затруднительно. Они погружены в себя, как улитка, которая появляется из раковины только когда ей очень нужно. С необщительным человеком непросто: он не отражает собеседника, слабо чувствует, не всегда понимает его психологическое состояние, а если понимает, то неспособен выразить свое отношение в непосредственном общении.

Необщительный человек — не значит плохой, но обязательно трудный в организации взаимоотношений. Опасность необщительного человека заключается не только в том, что он сам по себе сложен в жизни и в общении, но и в том, что он, порой, отрицательно воздействует на окружающих, дестабилизирует социально-психологическую ситуацию человеческого взаимодействия. нарушает его — и все это следствие необщительности.

Общительность феномен динамический, способный развиваться, и работать над собой в области совершенствования собственного уровня общительности просто необходимо.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. В каком возрасте человек начинает общаться?
2. Дайте определение понятия «общение».
3. Дайте характеристику «идеального» типа общительности.
4. Охарактеризуйте «общительный тип» общительности.
5. Охарактеризуйте «гипертрофированный» тип общительности.
6. Охарактеризуйте «необщительный» тип общительности.

Задание 1. Проведите диагностику уровня общительности с помощью теста «Оценка уровня общительности» В.Ф. Ряховского.

Инструкция: ответьте на вопросы «да», «нет», «иногда» (один вариант ответа).

1. Вам предстоит ординарная или деловая встреча. Выбивает ли вас ее ожидание из колеи?

2. Не откладываете ли вы визит к врачу до тех пор, пока станет уже неумоготу?

3. Вызывает ли у вас смятение 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 вам с просьбой (показать дорогу, назвать время, ответить на какой-то еще вопрос)?

7. Верите ли вы, что существует проблема «отцов и детей» и что людям разных поколений трудно понимать друг друга?

8. Постесняетесь ли вы напомнить знакомому, что он забыл вам вернуть 10 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 (в магазине, библиотеке, кассе кинотеатра). Предпочтете ли вы отказаться от своего намерения, нежели стать в хвост и томиться в ожидании?

12. Бойтесь ли вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?

13. У вас есть собственные сугубо индивидуальные 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 (мнение, оценку) в письменной форме, чем в устной?

Обработка результатов: за каждое «да» — 2 очка, «иногда» — 1 очко, «нет» — 0. Затем общее число очков суммируется и по классификатору определяется, к какой категории людей вы относитесь.

30—32 очка. Вы явно некоммуникабельны, и это ваша беда, так как страдаете от этого больше всего вы сами. Но и близким вам людям нелегко! На вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь стать общительнее, контролируйте себя.

25—29 очков. Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, и поэтому у вас, наверное, мало Друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергает вас в панику, то надолго выводит из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь только таким недовольством — в вашей власти переломить эти особенности характера. Разве не бывает, что при какой либо сильной увлеченности вы приобретаете «вдруг» полную коммуникабельность? Стоит только встряхнуться.

19—24 очка. Вы в известной степени общительны и в¹ незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы вас не пугают. И все же с новыми людьми сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно. В ваших высказываниях порой слишком много сарказма без всякого на то основания. Эти недостатки исправимы.

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

9—13 очков. Вы весьма общительны (порой, быть может, даже сверх меры). Любопытны, разговорчивы, любите высказываться по разным вопросам, что, бывает, вызывает раздражение окружающих. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего вам недостает — так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, вы сможете себя заставить не отступать.

4—8 очков. Вы, должно быть, «рубаха-парень». Общительность бьет из вас ключом, вы всегда в курсе всех дел. Любите принимать участие во всех дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас мигрень и даже хандру. Охотно берете слово по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя далеко не всегда можете успешно довести его до конца. По этой самой причине руководители и коллеги относятся к вам с некоторой опаской и сомнениями. Задумайтесь над этими фактами!

3 очка 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 совершенно некомпетентны. Вольно или невольно вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Серьезная работа не для вас. Людям — и на работе, и дома, и вообще повсюду — трудно с вами. Да, вам бы поработать над собой и своим характером! Прежде всего: воспитывайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительнее относитесь к людям, наконец, подумайте и о своем здоровье — такой стиль жизни не проходит бесследно.

Задание 2. Пройдите тест по теме «Общение и общительность»

1. Сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности

- a) конфликт
- b) общение
- c) общительность
- d) взаимодействие

2. В структуру общения НЕ входит

- a) коммуникация
- b) интеграция
- c) социальная перцепция
- d) аттракция

3. Тип активного взаимодействия, который предполагает информационный обмен

- a) коммуникация
- b) интеракция
- c) перцепция
- d) интериоризация

4. Взаимодействие людей в процессе общения, организация совместной деятельности

- a) коммуникация
- b) интеграция
- c) перцепция
- d) аттракция

5. Процесс, который появляется при взаимодействии людей на основании естественного общения и происходит в форме понимания и восприятия человека человеком

- a) коммуникация
- b) интеграция
- c) перцепция
- d) аттракция

6. Умение налаживать контакты, способность к взаимообогащающему и конструктивному общению с другими людьми

- a) конфликт
- b) общение
- c) общительность
- d) взаимодействие

7. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - легко входят в контакт, могут расположить собеседника, умеют завязать беседу с незнакомыми людьми, не испытывая чувства стеснения и неловкости.

- a) «идеальный»

- b) «общительный»
- c) «гипертрофированный»
- d) «необщительный»

8. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - умеют слушать, деликатны, порой до застенчивости, умеют чувствовать другого человека.

- a) «идеальный»
- b) «общительный»
- c) «гипертрофированный»
- d) «необщительный»

9. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - стремятся, во что бы то ни, стало быть, в центре общения, разговор на любую тему они стремятся замкнуть на себе, как правило, плохие слушатели

- a) «идеальный»
- b) «общительный»
- c) «гипертрофированный»
- d) «необщительный»

10. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - организовать контакт с ними чрезвычайно затруднительно, погружены в себя, не всегда понимает психологическое состояние собеседника

- a) «идеальный»
- b) «общительный»
- c) «гипертрофированный»
- d) «необщительный»

2. Функции общения

План:

1. Информационно-коммуникативная функция.
2. Функция познания людьми друг друга.
3. Функция организации межличностных взаимоотношений.
4. Функция взаимовлияние людей друг на друга.
5. Функция приспособления в общении.
6. Эстетическая функция.

Сущность любого явления может быть понята и объяснена через определение его функций. Функция – это назначение чего-либо, использование того или иного механизма социальных взаимодействий для достижения определённой цели или реализации определённых ценностей

Общение как сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнёрами друг друга выполняет ряд функций.

1. Информационно-коммуникативная функция

Информацией мы обмениваемся постоянно, на работе и дома, с близкими и знакомыми, а также незнакомыми людьми на улице, в транспорте и пр.

Информационно-коммуникативная функция охватывает процессы формирования, передачи и приема информации.

Реализация этой функции будет успешной, и информация дойдет от коммуникатора до реципиента с минимальными потерями, будет правильно воспринята и понята, если соблюдаются общие требования к осуществлению информационно-коммуникативной функции общения:

- точное ориентирование высказывания на собеседника;
- отражение в сообщаемом вашего личного отношения;
- отбор формы передачи информации;
- выбор речевых средств и ситуации информирования;
- предвидение реакции партнера;
- способность конкретизировать информацию по ходу высказывания и приспособить ее к партнеру;
- учет индивидуальных особенностей собеседника.

Информационно-коммуникативная функция общения чрезвычайно важна, но на ней не замыкается целостный процесс общения. Большую ошибку делают те люди, которые ограничивают сложный процесс общения только информационными задачами. Следовательно, целостный и полноценный процесс общения невозможен без познания людьми друг друга.

2. Социально-перцептивная функция (познание людьми друг друга)

В общении люди могут познавать друг друга с целью установления взаимопонимания и организации совместной работы (деятельности), а также может быть, напротив, люди, включенные в совместную деятельность, познают друг друга.

Психолог А. А. Бодалев называет это явление социальной перцепцией. Социальная перцепция – это образное восприятие, понимание и оценка людьми друг друга, прогнозирование поступков другого человека. Это сложный, во многом уникальный процесс, в котором участвует вся личность человека, все психические процессы — восприятие, ощущение, память, мышление, воображение, воля, внимание.

Вспомните, бывали ли у вас в жизни такие ситуации, когда ваш собеседник совершенно не ориентировался в вашем психическом состоянии, то есть не познавал вас как личность в процессе общения. Например: вы куда-нибудь торопитесь, а он вас удерживает только потому, что у него есть

время и хочется поговорить. Или человек начинает разговор на ту тему, которая для вас, очевидно, неприятна и др. Если собеседник чуть-чуть внимательнее посмотрел бы на вас, то он понял бы, что эта беседа несвоевременна. Но, увы!..

Что бы научиться искусству «читать» и расшифровывать человеческое поведение прислушайтесь к следующим рекомендациям:

- будьте внимательны к партнеру по общению;
- развивайте коммуникативную память (необходимо помнить прошлую тональность общения с этим человеком);
- развивайте наблюдательность в процессе общения;
- стремитесь предвосхитить реакцию собеседника;
- учитесь анализировать внешнее поведение людей — позу, жесты, мимику, микромимику, экспрессию;
- стремитесь осознавать «психологические сигналы» по внешнему рисунку поведения человека;
- в процессе общения постоянно думайте о партнере.

Эти общие рекомендации помогут вам лучше познавать личность другого человека в процессе взаимодействия. И ваше общение станет более целенаправленным, личностно ориентированным, приятным для собеседника и одновременно эффективным. Единство собственной личности и личности партнера — вот что чрезвычайно важно в общении.

Общение с людьми — это еще не обязательно взаимопонимание, но если оно будет проходить успешно, то повысится общая эмоциональная удовлетворенность им.

Надо уметь смотреть как в зеркало в другого человека — это сложное, но вполне реальное искусство, владеть которым необходимо и в личных и в деловых взаимоотношениях.

Своеобразно владеют им японцы, общение у которых представляет собой сложную процедуру. Комментируя этот своеобразный стиль общения, журналист Всеволод Овчинников в книге «Ветка сакуры» пишет: «В разговорах люди всячески избегают слов «нет», «не могу», «не знаю», словно это какие-то ругательства, нечто такое, что никак нельзя высказать прямо, а только иносказательно, обиняком. Даже отказываясь от второй чашки чаю, вместо «нет, спасибо» употребляют выражение, дословно означающее: «мне уже и так прекрасно...» Весьма своеобразная система общения, но она создает обстановку максимального эмоционального комфорта для общающихся.

В процессе взаимодействия важно:

- перед сообщением информации сориентироваться во внешнем облике партнера;
- в ходе общения наблюдать за партнером и улавливать малейшие изменения в его поведении по движению глаз, мимике, микромимике, экспрессии;
- изменять собственную систему общения в связи с изменениями в выразительном поведении партнера.

Если это умение доведено до совершенства, оно способствует становлению такого важного качества, как интуиция в общении.

3. Функция организации и поддержания межличностных взаимоотношений

Функция организации и поддержания межличностных отношений служит интересам налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений между людьми в интересах их совместной деятельности.

Процесс формирования плодотворных взаимоотношений предполагает:

- подлинный интерес к другому человеку, стремление познать и понять его;
- осознание себя как части целого — частички человеческого взаимодействия;
- стремление так организовать взаимоотношения, чтобы общение с вами было приятным для другого;
- взаимоотношения не должны складываться стихийно, необходимо направленно их формировать, тогда быстрее и приятнее придет взаимопонимание.

4. Функция взаимовлияние людей друг на друга

Вы обращали внимание на то, что когда мы общаемся с кем-либо, то невольно хотим как бы внедрить в собеседника свои чувства, мысли и переживания, то есть стремимся сделать так, чтобы собеседник видел предмет, о котором идет речь как бы нашими глазами, привлекаем его на свою сторону, «агитируем» за свой взгляд на вещи и др. Причем эту задачу стремятся решить как эмоциональные люди, так и люди внешне довольно спокойные, даже кажущиеся равнодушными. Эффект этот понятен — мы хотим влиять на собеседника, но в этом процессе невольно осуществляется взаимовлияние.

Общение, взаимодействие людей всегда есть борьба — борьба мотивов, установок, позиций. Общаясь с человеком, мы как бы хотим «спровоцировать» его поведение в интересующем нас направлении, найти в системе его контраргументов «слабые точки» и воздействовать на них, добиться, даже преодолевая препятствия, взаимопонимания, определить факторы, которые помогут управлять поведением партнера при самом доброжелательном отношении к нему, и, в известной мере, можно сказать, что общение — это своеобразная борьба во имя единства, в которой есть и наступление, и отступление, и пауза, и все то, что имеется в обычной борьбе.

Регуляторами взаимовлияний людей друг на друга являются механизмы внушения, конформности и убеждения, когда под действием мнений, отношений одного партнера изменяются мнения, отношения другого партнера. Они формируются на базе более глубокого свойства живых, систем - подражания. В отличие от последнего внушение, конформность (изменение в поведении или мнении человека под влиянием реального или воображаемого

давления со стороны другого человека или группы людей) и убеждение регулируют межличностные нормы мыслей и чувств.

Внушение — это такое влияние на других людей, которое они воспринимают неосознанно.

Конформность — в отличие от внушения представляет собой явление сознательного изменения мнений, оценок.

Убеждение — это процесс длительного воздействия на другого человека, в ходе которого он сознательно усваивает нормы и правила поведения партнеров по взаимодействию.

5. Функция приспособления в общении

Под приспособлением в общении понимается система приемов (психологических, мимических, пантомимических, речевых, двигательных и др.), избираемая для организации системы общения адекватной ситуации.

Если проанализировать свой опыт общения, то можно убедиться в том, что многие неудачи вызваны именно неверным выбором приспособления в общении. Психическое состояние партнера, его настроение, возраст, пол, ситуация требуют определенных приспособлений в общении, что в свою очередь предполагает постоянную направленность на человека, наблюдательность.

Неверно выбранные приспособления в общении нередко приводят к конфликту. Например, кто-то, из членов семьи уставший приходит с работы, а вместо слов сочувствия и заботы слышит грубое: «Где так долго был (была)?».

Приспособление осуществляется на нескольких уровнях:

Уровень содержания характеризует информационную, смысловую сторону интеракции, в рамках которой происходит коммуникативное приспособление. Этот уровень представлен способами, позволяющими осуществлять общение «на языке собеседника».

Адаптация на уровне отношения определяет характер построения интеракции между коммуникантами и направлена непосредственно на установление, поддержание и развитие определенного типа взаимоотношений с собеседником.

Осуществление коммуникативного приспособления *на метауровне* вносит ясность в характер взаимодействия в содержательном, межличностном и организационном плане.

6. Эстетическая функция

Человеческое общение несет в себе огромный эстетический заряд, оно вызывает эстетические переживания, или наоборот, негативное отношение к объекту общения. Эстетическое переживание перевести на язык понятий чрезвычайно сложно, но, тем не менее, оно существует в системе человеческого взаимодействия. Вкусовые, поведенческие, этикетные аспекты человеческого общения неизбежно связаны с эстетическими

переживаниями. Мы часто говорим «приятный человек», «прекрасный собеседник». Что мы, как правило, здесь имеем в виду? В первую очередь, определенные нравственные характеристики человека, но одновременно и приятность человека в процессе общения. Вы, наверное, обратили внимание, что процесс общения с определенными людьми вызывает у вас переживания, которые трудно объяснить только информационной и другими функциями общения, — это и есть переживания, обеспечивающие реализацию эстетической функции общения.

Эстетические особенности общения проявляются во всем - в организации форм общения, в языке как его универсальном средстве, эстетике слова.

Эстетический тонус общения чрезвычайно важен, он является не только желательным, но и необходимым, поскольку духовный мир современного человека стал сложным. В процессе общения своеобразно возникает и развивается эстетическая потребность человека, которая применительно к межличностному общению выступает как освоение человеком мира других людей на основе гармонии, целесообразности, гуманизма.

Значительно сложнее перевести эти духовные ценности в сферу практического взаимопонимания людей. Для эффективной реализации эстетической функции общения соблюдайте следующие рекомендации:

1. Стремитесь быть приятным в общении, то есть внимательным, но не назойливым, предупредительным, но не утомительным, деликатным, но не неуклюжим.

2. Организуя общение, пытайтесь представить, в какой мере оно приятно для партнера, если оно приносит удовлетворение вам — это еще не значит, что такие же ощущения испытывает собеседник.

3. Позаботьтесь об этикете общения, а именно, пространственном положении, внешнем виде, опрятности, манерах. Здесь нет мелочей, умение приветствовать одного человека или нескольких сразу, мужчину или женщину, умение пригласить на танец, оказать любезность и др., все это имеет большое значение.

4. Стремитесь постоянно видеть себя, как бы со стороны, это очень важно для самопознания собственной личности в процессе общения.

5. Умейте «не замечать» недостатки других, оплошности в поведении, одежде, физические пороки, дефекты речи и др.

6. Следите за собственными интонациями. Иногда именно из-за интонации возникает масса недоразумений, конфликтов и обид.

Соблюдение этих правил поможет вам по-настоящему эстетизировать процесс общения с другими людьми.

Подводя итог, отметим, что нельзя забывать о том, что все функции человеческого общения выступают в единстве. И если в процессе общения с другими людьми исключаются какие-либо его составляющие, то происходят «сбои» во всем механизме общения.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте информационно-коммуникативную функцию общения. Приведите примеры ее реализации в практике общения.
2. Охарактеризуйте функцию познания людьми друг друга. Приведите примеры ее реализации в практике общения.
3. Охарактеризуйте функцию организации межличностных взаимоотношений. Приведите примеры ее реализации в практике общения.
4. Охарактеризуйте функцию взаимовлияние людей друг на друга. Приведите примеры ее реализации в практике общения.
5. Охарактеризуйте функцию приспособления в общении. Приведите примеры ее реализации в практике общения.
6. Охарактеризуйте эстетическая функция. Приведите примеры ее реализации в практике общения.

Задание 1. Решите ситуационные задачи

Задача 1. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Сижу в аэропорту, рейс откладывается, все нервничают. Подхожу к окошку справочного бюро и спрашиваю: «Девушка, как с рейсом на Москву?» Девушка смотрит поверх меня и сообщает: «Рейс на Москву откладывается на два часа».

Задача 2. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Вы встречаете приятеля и по лицу видите, что он чем-то озабочен. Вы спрашиваете: «Что-нибудь случилось?» Почему вы задаете такой вопрос, ведь он вам еще ничего не сказал о своих проблемах?

Задача 3. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Вы видите большую очередь в магазине, у вас нет времени, а приобрести товар крайне необходимо, и вы обращаетесь к кому-либо из очереди с просьбой купить для вас нужный предмет. Но прежде вы тщательно, лишь по внешним признакам пытаетесь определить к кому же обратиться.).

Задача 4. О какой функции общения идет речь в этой ситуации:

М. Горький вспоминал о случае, когда вдруг неожиданно померкла красота прекрасной женщины; вызывавшей восхищение окружающих: она заговорила, и ее речь оказалась такой безвкусной и примитивной, что целостный образ красавицы растворился.

Задание 2. Пройдите тест по теме «Функции общения»

1. **Функция формирования, передачи и приема информации**
 - а) Функция познания людьми друг друга
 - б) Информационно-коммуникативная функция
 - с) Функция приспособления в общении
2. **Функция познания собеседниками друг друга в процессе общения**
 - а) Эстетическая функция
 - б) Функция взаимовлияние людей друг на друга
 - с) Социально-перцептивная функция

3. Функция налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений между людьми в интересах их совместной деятельности

- a) Информационно-коммуникативная функция
- b) Функция организации межличностных взаимоотношений.
- c) Функция взаимовлияние людей друг на друга.

4. Регуляторами взаимовлияний людей друг на друга являются

- a) Внушение
- b) Конформность
- c) Убеждение
- d) Все вышеперечисленное

5. Система приемов (психологических, мимических, пантомимических, речевых, двигательных и др.), избираемая для организации системы общения адекватной ситуации

- a) Функция приспособления в общении
- b) Функция познания людьми друг друга
- c) Информационно-коммуникативная функция

6. Изменение в поведении или мнении человека под влиянием реального или воображаемого давления со стороны другого человека или группы людей

- a) Внушение
- b) Конформность
- c) Убеждение

7. На каком уровне осуществляется приспособление в общении

- a) Уровень содержания
- b) Уровень отношения
- c) Метауровень
- d) Все вышеперечисленное

3. Барьеры общения

План:

- 1. Понятие барьеров общения и их классификация
- 2. Барьеры отношений
- 3. Коммуникативные барьеры
- 4. Барьеры непонимания
- 5. Барьеры социокультурных различий

1. Понятие барьеров общения и их классификация

Барьеры общения — это психологические трудности, возникающие в процессе общения, препятствующие взаимопониманию и взаимодействию, или выступающие причиной конфликтов, или приводящие к искажению

смысла информации в ходе коммуникации. Общение становится менее эффективным, возникает напряжение и отрицательные эмоции.

Все многообразие барьеров (рис.2), которые могут возникать в процессе общения можно условно разделить на несколько групп:

- Барьеры отношений;
- Коммуникативные барьеры;
- Барьеры непонимания;
- Социокультурные барьеры



Рисунок 2 – Классификация барьеров общения

2. Барьеры отношений

Барьеры отношений являются психологическим феноменом, который появляется между участниками в ходе общения. Это может быть чувство неприязни, недоверия к самому партнеру, которое распространяется и на информацию, которую он передаёт. В случае, когда партнеры настроены по отношению друг к другу доброжелательно и с симпатией, то барьеры отношений не возникают, а непонимание всегда получается преодолеть. Людям свойственно больше доверять информации, которая поступает от приятных им других людей.

К этой группе можно отнести следующие барьеры:

- ***Барьер предвзятости и беспричинной негативной установки.***

Выражается он в том, что вы внешне беспричинно начинаете отрицательно относиться к тому или иному человеку в результате первого впечатления. Следует установить возможные мотивы появления у вас такого отношения к человеку и преодолевать их.

- **Барьер отрицательной установки, введенной в ваш опыт кем-то.** Кто-то сообщил вам отрицательную информацию о каком-то человеке, и у вас складывается негативная установка по отношению к человеку, о котором вы сами мало что знаете, не имеете опыта личного взаимодействия с ним. Таких негативных установок, привнесенных извне, вне вашего личного опыта общения с конкретным человеком и познания его личности, надо избегать.

К новым людям, с которыми вам предстоит общаться надо подходить с позитивной, оптимистической гипотезой. Не ориентируйтесь окончательно в оценке человека только на мнение других. Стремитесь сами тщательно разобраться в личности человека, соотнесите полученную вами информацию с вашим личным впечатлением. Это поможет избежать межличностных конфликтов, которые нередко возникают именно в результате неверно сформированной у вас кем-либо негативной установки.

- **Барьер «боязни» контакта с человеком.** При необходимости вступления в непосредственный контакт с человеком, вы испытываете неловкость, стеснение, напряжение. В такой ситуации попытайтесь спокойно, без эмоций проанализировать, что сдерживает вас в общении, и вы убедитесь, что эти эмоциональные наслоения или субъективны, или носят слишком второстепенный характер (естественно, если нет принципиальных конкретных разногласий). После того, как такой анализ проведен, вступайте в беседу, а затем обязательно проанализируйте: все ли в разговоре прошло успешно, непременно зафиксируйте собственное внимание на том, что ничего страшного не произошло. Обычно такой барьер характерен для людей, испытывающих сложности в общении, связанные с низким уровнем общительности.

- **Барьер ожидания непонимания.** Вы должны вступить в непосредственное взаимодействие с человеком в деловом или личностном общении, но вас волнует вопрос: «А правильно ли вас поймет партнер?» В такой ситуации часто срабатывает установка, что партнер вас обязательно должен понять неверно. В этом случае необходимо спокойно и обстоятельно проанализировать планируемое вами содержание беседы и по возможности устранить из нее те моменты или эмоциональные акценты, которые могут вызвать неоднозначное толкование ваших намерений.

- **Барьер неверных стереотипов.** Нередко организовать продуктивное взаимодействие с человеком мешает неверный стереотип восприятия определенных жизненных явлений. Скажем: «Я попрошу у него что-либо, а он обязательно откажет». От таких стереотипов надо уходить. Стремитесь оценивать складывающуюся ситуацию общения в ее конкретном контексте, это поможет преодолеть данный барьер.

- **Барьер возраста** — типичный в системе обыденного общения. Возникает он в самых разнообразных сферах человеческого взаимодействия: между взрослыми и детьми (взрослый не понимает того, чем живет ребенок, что может стать причиной конфликтов), между людьми

разных поколений. Возрастной барьер осложняет общение и в семейных отношениях, и в системе делового взаимодействия.

3. Коммуникативные барьеры

Адекватность восприятия информации во многом зависит от наличия или отсутствия в процессе общения и так называемых коммуникативных барьеров. В случае возникновения барьеров этой группы информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к реципиенту.

Коммуникативными помехами может быть механический обрыв информации и отсюда её искажение; неясность передаваемой информации, в силу чего искажается изложенная и переданная мысль. В таких ситуациях возникает *информационно-дефицитный барьер*.

Случается, что реципиент ясно слышат передаваемые слова, но придают им иное значение. Проблема состоит в том, что коммуникатор может даже не обнаружить, что его сигнал вызвал неверную реакцию. В таких ситуациях можно говорить о *замещающе-искажающем барьере*. Искажение информации, проходящей через одного человека, может быть незначительным. Но когда она проходит через несколько человек - ретрансляторов, искажение может быть существенным. Возникает эффект «испорченного телефона».

Значительно большая возможность искажения связана с эмоциями, которые порождают *эмоциональный барьер*. Это происходит, когда люди, получив какую-либо информацию, более заняты своими чувствами, предположениями, чем реальными фактами. Слова обладают сильным эмоциональным зарядом, причём не столько сами слова (символы), сколько ассоциации, которые они порождают в человеке. Слова имеют первичное (буквальное) и вторичное (эмоциональное) значение.

4. Барьеры непонимания

Возникновение барьеров непонимания может быть связано с рядом причин как психологического, так и иного порядка. Так, он может возникать из-за погрешностей в самом канале передачи информации; это так называемое фонетическое непонимание и связанный с ним *фонетический барьер*. Прежде всего, он возникает, когда участники общения говорят на различных языках и диалектах, имеют существенные дефекты речи и дикции, искажённый грамматический строй речи. Барьер фонетического непонимания порождает также невыразительная быстрая речь, речь-скороговорка и речь с большим количеством звуков-паразитов.

Существует также *семантический барьер* непонимания, связанный в первую очередь с различиями в системах значений (тезаурусах) участников общения. Это прежде всего проблема жаргона и сленга. Известно, что даже в рамках одной и той же культуры есть множество микрокультур, каждая из которых создает свое «поле значений», характеризуется своим пониманием

различных понятий, явлений, ими выражаемых. Так, в различных микрокультурах неодинаково понимается смысл таких ценностей, как «красота», «долг», «естество», «приличие» и т. д. Кроме того, каждая среда создает свой мини-язык общения, свой сленг, в каждой – свои любимые цитаты и шутки, выражения и обороты речи. Все это вместе может значительно затруднять процесс общения, создавая семантический барьер непонимания.

Не меньшую роль в разрушении нормальной межличностной коммуникации может сыграть **стилистический барьер**, возникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента и др. Так, партнёр по общению может не принять критическое замечание, так как оно будет высказано в несоответствующей ситуации панибратской манере, или дети не воспримут интересный рассказ из-за сухой, эмоционально не насыщенной или наукообразной речи взрослого. Коммуникатору необходимо тонко чувствовать состояние своих реципиентов, улавливать оттенки возникающей ситуации общения с тем, чтобы привести в соответствие с ней стиль своего сообщения.

Наконец, можно говорить о существовании **логического барьера** непонимания. Он возникает в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая партнером по общению, либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, противоречит присущей ему манере доказательства. В психологическом плане можно говорить о существовании множества логик и логических систем доказательств. Для одних людей логично и доказательно то, что не противоречит разуму, для других то, что соответствует долгу и морали. Можно говорить о существовании «женской» и «мужской» психологической логики, о «детской» логике и т. д. От психологических пристрастий реципиента зависит, воспримет ли он предлагаемую ему систему доказательств или сочтет ее неубедительной. Для коммуникатора же выбор адекватной данному моменту системы доказательств всегда является открытой проблемой.

5. Барьеры социокультурных различий

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

К барьерам социокультурных различий относят:

- социальные барьеры определяют принадлежность субъектов взаимодействия к разным социальным слоям общества (общение директора, руководителя фирмы с сотрудниками по поводу заработной платы);
- политические барьеры возникают при разной идеологии и разных представлениях о структуре и смысле власти (взаимодействие представителей разных партий на выборах или на демонстрации);
- религиозные барьеры обусловлены терпимостью (толерантностью) самой религии по отношению к представителям другой веры (взаимодействие мусульман и христиан при решении религиозных вопросов и прочее)

Таким образом, барьеры общения — это уже психологический феномен, возникающий в ходе общения коммуникатора и реципиента, который может привести к возникновению недопонимания, недоверию и даже чувства неприязни к самому коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. Дайте определение понятия «барьеры общения».
2. Классифицируйте барьеры общения.
3. Охарактеризуйте барьеры отношений, приведите примеры проявления барьеров отношений.
4. Охарактеризуйте коммуникативные барьеры, приведите примеры проявления коммуникативных барьеров.
5. Охарактеризуйте барьеры непонимания, приведите примеры проявления барьеров непонимания.
6. Охарактеризуйте социокультурные барьеры, приведите примеры проявления социокультурных барьеров.

Задание 1. Решите ситуационные задачи

Задача 1. Определите, какой барьер возникает в следующей ситуации социального взаимодействия:

Вы знакомитесь с человеком. Он аккуратно одет, приветлив, вежлив, но вам он почему-то не нравится. При этом объяснить, чем именно не понравился новый знакомый вы не можете.

Задача 2. Определите, какой барьер представлен в рассказе А.П. Чехова «Смерть чиновника», где описан случай, произошедший в театре. Чиновник Червяков во время спектакля чихнул и предположил, что обрызгал сидящего перед ним генерала. Теперь все мысли Червякова направлены на то, чтобы извиниться, а то вдруг генерал обидится... Очевидно сам генерал не придавал значения этому происшествию, однако Червяков постоянно стремится извиниться. На что генерал резонно отвечает:

— Ах, полноте... Я уж забыл, а вы все о том же!

Чем кончилась эта смешная и одновременно печальная история, понятно из названия рассказа — чиновник умер.

Задача 3. Какой барьер возникает при пересказ содержания сказки А. С. Пушкина «О рыбаке и рыбке» следующим образом: «Показ Пушкиным поимки золотой рыбки, обещавшей, при условии ее освобождения, значительный выкуп, не использованный вначале стариком, имеет очень важное значение. Не менее важны и реакция старухи на объяснение ее старика о неиспользовании им откупа рыбки, употребление старухой ряда вульгаризмов, направленных в адрес старика и оскорблявших его достоинство, принудили его к повторной встрече с рыбкой, посвященной вопросу о старом корыте».

Задание 2. Пройдите тест по теме «Барьеры общения»

1. Психологические трудности, возникающие в процессе общения, препятствующие взаимопониманию и взаимодействию

- a) барьеры общения
- b) дефицит внимания
- c) конфликтность
- d) эмоциональная напряженность

2. Соотнесите, к какой группе относятся барьеры общения

- 1) Барьеры отношения
- 2) Коммуникативные барьеры
- 3) Барьеры социокультурных различий
- a) информационно-дефицитный, замещающе-искажающий, эмоциональный
- b) политический, религиозный, профессиональный
- c) предвзятости и беспричинной негативной установки, ожидания непонимания, «боязни» контакта с человеком

3. Вы должны вступить в непосредственное взаимодействие с человеком в деловом или личностном общении, но вас волнует вопрос: «А правильно ли вас поймет партнер?». Какой барьер возникает в этой ситуации

- a) барьер неверных стереотипов
- b) барьер ожидания непонимания
- c) барьер негативной установки, введенной в ваш опыт кем-то

4. Какой барьер возникает, если при необходимости вступления в непосредственный контакт с человеком, вы испытываете неловкость, стеснение, напряжение

- a) барьер возраста
- b) барьер предвзятости и беспричинной негативной установки
- c) барьер «боязни» контакта с человеком

5. К барьерам непонимания относятся

- a) фонетический барьер
- b) семантический барьер
- c) логический барьер
- d) все вышеперечисленные

6. К барьерам социокультурных различий относятся

- a) политические
- b) религиозные
- c) профессиональные
- d) все вышеперечисленные

7. Какой из барьеров не относится к коммуникативным

- a) информационно-дефицитный
- b) фонетический
- c) эмоциональный

8. Какой из барьеров не относится к барьерам отношений

- a) стилистический барьер
- b) барьер возраста
- c) барьер отрицательной установки, введенной в ваш опыт кем-то

4. Методы и приемы эффективного взаимодействия

План:

1. Влияние на собеседника посредством организации пространства.
2. Фасцинация.
3. Приемы аттракции.

1. Влияние на собеседника посредством организации пространства

Существует большое количество приемов влияния на собеседника. Особенности организации личного пространства человека во время общения с другими людьми изучает область психологии — проксемика.

Цели и задачи общения существенным образом влияют на дистанцию между партнерами. Знакомые и незнакомые люди по-разному общаются. Когда мы хотим от партнера доверительности, то стремимся максимально приблизиться к нему, и вызвано это именно стремлением организовать максимальное воздействие на партнера.

Одним из первых исследователей, начавших изучать пространственные отношения, был американский ученый – антрополог и психолог Эдвард Холл.

Эдвард Холл выделил четыре вида пространственных границ для общения, каждая из которых предполагает соблюдение установленной дистанции при контакте с человеком:

Интимная зона (0 - 45 см). В данную зону могут быть допущены исключительно близкие люди и люди, которые хорошо вам знакомы. Для этой зоны свойственны доверительность, чуть слышимый голос в общении, прикосновения, тактильный контакт. Исследования свидетельствуют, что несоблюдение интимной зоны влечет перемены в организме: начинает чаще биться сердце, к голове приливает кровь и пр. Вторжение без разрешения в

интимную зону может быть воспринято как посягательство на неприкосновенность границ.

Личная или персональная зона (45 - 120 см). Зона для повседневной беседы с коллегами и друзьями подразумевает исключительно зрительный визуальный контакт между партнерами, которые поддерживают разговор. Личная дистанция предполагает лишь уверенный визуальный контакт с контактирующими людьми, и только иногда – социально приемлемые прикосновения, например, пожатие руки при встрече, похлопывание по внешней стороне руки от локтя к плечу.

Социальная зона (120 - 300 см). Как правило, данная зона используется при общении с малознакомыми и незнакомыми людьми. Например, с консультантами в магазине, обслуживающим персоналом и т.д.

Публичная зона (300 и более см.). Эта зона используется для общения с большими аудиториями. Публичная зона может быть дальней и ближней. Ближняя зона от 3 до 8 м – это расстояние, на котором взаимодействует со своими слушателями преподаватель, лектор. Дальняя зона от 8 метров – оратор на стадионе.

Отмеченные границы пространственных зон общения также могут в некоторой степени варьироваться в зависимости от следующих факторов:

- От уверенности и самооценки человека. При этом несоблюдение дистанции общения или ее уменьшение совершается по инициативе уверенного в собственных силах, наиболее активного человека. А вот люди с низкой самооценкой стараются держаться на некотором расстоянии от собеседника, порой даже отодвигаясь, делая шаг назад.

- От психологических индивидуальных особенностей человека. Экстраверты и холерики также имеют более сокращенные границы общения, а флегматики и интроверты стараются сделать более широкой свою интимную зону. При этом они расположены не только ограждать границы своей, но также и не переступать интимную зону собеседника.

- От факторов воспитания. Влияет заложенное родителями отношение к границам личности.

- От национальности. Различные народы также имеют собственные традиционные дистанции для коммуникации. Например, они наиболее обширны у жителей Северной Европы и японцев, которые стараются избегать при общении прикосновений и стремятся держаться на уважительном расстоянии от собеседника, а вот наиболее темпераментные народы Кавказа, латиноамериканцы, жители Италии допускают наиболее тесный контакт с собеседником.

Какое влияние оказывает нарушение этих расстояний на человека? Нарушение границ человека в пространстве совершается довольно часто, например, в лифте или общественном транспорте, когда незнакомые люди вынуждены стоять весьма близко, а порой и прикасаться друг к другу. При этом реакция почти всегда одинакова – люди стараются показывать минимальный эмоциональный отклик, и стараются избегать зрительного

контакта. В общественном транспорте люди смотрят в окна, а в лифте на указатель этажей, при этом все стараются производить минимум движений. Это связано с тем, что даже вынужденное нарушение другим человеком допускаемых границ общения может приводить к дискомфорту. Вторжение в личное пространство на бессознательном уровне может восприниматься, как угроза.

Некорректное нарушение дистанции во время общения может привести к неприятию со стороны собеседника. Если вы позволили себе прикоснуться к новому знакомому после нескольких минут после знакомства, он может расценить это, как вмешательство в его личное пространство и в будущем будет стремиться избегать вас. В последствие это может затруднять построение доверительных отношений не только в деловой, но и личной сфере.

Как соблюдать правильную дистанцию? Верное определение наилучшей дистанции между собеседниками способно существенно улучшить качество общения. Можно научиться соблюдать правильное расстояние между вашим собеседником и вами, обратив внимание на следующие особенности.

Для установления в процессе общения интимной зоны достаточно на некоторое время придвинуться к вашему партнеру и считать его реакцию. Если собеседник не отстраняется, не старается уйти в сторону, это может демонстрировать, что вы являетесь тем человеком, которым можно располагаться на такой дистанции.

Личная пространственная зона особо универсальна при общении. Все же ее границы могут в некоторых случаях изменяться. Например, пожилые люди и дети стремятся находиться ближе к собеседнику, чем люди среднего возраста и подростки.

В общении социальная зона поддерживается в том случае, если нет необходимости устанавливать личные отношения с собеседником – то есть, когда имеет место быть исключительно официальное общение, а личные мотивы не затрагиваются. Для того чтобы общение с людьми было комфортным, необходимо не только оберегать свои пространственные зоны, но и тщательно следить за нарушением той дистанции, которую считает оптимальной ваш собеседник. Только в данном случае контакт будет доверительным, а само общение не вызовет отрицательных эмоций.

2. Фасцинация

Установлению и поддержанию контакта в общении, помогает фасцинация.

Фасцинация – это эффект, вызываемый специальным воздействием информации, отображается в поведении. Термин «фасцинация» во многих языках мира означает волшебство, обаяние, чары.

В середине XX века была выдвинута гипотеза о существовании в коммуникации процессов, не сводимых к информации, сопрягающихся с информацией для оптимизации передачи сообщений, но способных

существовать и существующих без информации, явление получило название – фасцинация.

Фасцинация — это как бы «позывные», которые несут сообщение и которые заставляют адресата настроиться на прием.

Фасцинация — это словесное воздействие на людей, при котором достигается минимизация потери информации. Можно говорить монотонно и занудно или интенсивно и энергично. Каждая из манер вызывает разный эффект у слушателей. Посредством искусственной речи можно обращать на себя внимание, вызывать к себе доброжелательное отношение.

Формы фасцинации могут быть различными. В зависимости от акустической организации интенсивность фасцинации может варьировать от минимальной (монотонная дикторская речь) до максимальной (специально интонированная речь, декламация, пение).

Важным фактором фасцинации выступает ритмическая организация сообщения. Существует также семантическая фасцинация, когда текст сообщения при определенных условиях оказывается жизненно значимым для реципиентов, вызывая резкое изменение их поведения (например, семантическая фасцинация проявилась в «феномене 30 октября 1938 г.», когда радиоинсценировка «Война миров» Г.Уэллса вызвала в США массовую панику, охватившую свыше миллиона человек. Аналогичный эффект эта радиопостановка вызвала в Эквадоре 15 лет спустя).

Ярким проявлением явления фасцинации может служить воздействие на сознание людей голоса Юрия Левината - диктора Всесоюзного радио Госкомитета СССР.

3. Приемы аттракции

Быстро располагать к себе собеседников, завоевывать их доверие, позволяет применение приемы аттракции (от французского -привлечение, притягивание).

Прием **«Имя собственное»** - при обращении к собеседнику необходимо произносить имя (имя, отчество) партнера по общению.

Суть этого механизма заключается в следующем:

1) Имя, сопровождает нас от первых дней жизни до последнего дня. Имя и личность неразделимы. Лишение человека имени, замена имени на номер - способ унижения личности;

2) Когда к человеку обращаются по имени, а имя - символ личности, это демонстрирует внимание к личности, его субъективную значимость;

3) Внимание к личности вызывает удовлетворение одной из основных психологических потребностей человека - потребности в значимости;

4) Удовлетворение потребности - состояние, ощущаемое в виде положительных эмоций.

Такова связь между произнесением вслух имени собеседника и образованием у него положительных эмоций.

Когда коммуникатор, излагая свою позицию, произносит имя своего реципиента, то реципиентом осознается только первая группа сигналов (позиция коммуникатора), а сигнал в виде прозвучавшего собственного имени им не анализируется (все внимание - на содержание сообщения). Но этот сигнал - потребность в самоутверждении, поэтому он не пропадает, а проявляется в виде ощущения удовлетворения.

Прием **«Зеркало отношения»** - психологический механизм, связывающий выражение лица с отношением к этому лицу (личности).

Суть этого механизма заключается в следующем:

1) Люди, как правило, не контролируют выражение своего лица при общении, особенно заметно это при групповом общении. Одни лица «отражают» внимание, другие - симпатию к собеседнику, третьи - безучастность, четвертые - иронию, пятые - возможно, явную неприязнь. При этом ни один из них об этом не думает, т.е. не осознает выражение своего лица;

2) Если люди не контролируют выражение лица, значит, лицо отражает отношение человека в данный момент к собеседнику;

3) Следовательно, если на лице при каждом обращении к нам всегда приветливая добрая улыбка, то вероятнее всего, этот человек, таким образом, показывает свое расположение и положительное отношение;

4) Если человек относится к нам положительно, настроен дружелюбно, то это повышает наше ощущение безопасности, т.е. удовлетворяется одна из важнейших (хотя и не всегда осознаваемых) потребностей - потребность в безопасности.

5) Удовлетворение потребности всегда вызывает приятные чувства;

6) Человек, вызывающий у вас чувство приятного, притягивает к себе в большей степени, чем тот, который подобные чувства у вас не вызывает.

«Золотые слова» — это прием аттракции вербального воздействия. К «золотым словам» относятся такие слова, которые представляют небольшое преувеличение каких-либо положительных сторон человека. Этот прием похож на комплимент, но, в отличие от него, эти слова говорятся как бы попутно, мимоходом, без концентрирования внимания адресата на этих словах.

Таким образом, по содержанию «золотые слова» и «комплимент» идентичны, различие в технике предъявления их партнеру.

Предполагается, что «золотые слова» должны вызывать положительные эмоции у того, кому они адресованы. Любой человек строит свое поведение таким образом, чтобы свести к минимуму неприятное и при любой возможности получить ощущение приятного.

Если некто говорит человеку слова, в которых небольшое преувеличение степени выраженности его реальных положительных

сторон, то человек, понимает, что это преувеличение, и что в действительности он еще не достиг этого, но если «дистанция» между сказанным (ожидаемым) и реальным небольшая, то человек склонен выдавать желаемое за действительное. В основе этой склонности и лежит установка на максимизацию наград, благодаря которой это небольшое расстояние между сказанным и реальным нивелируется, то есть «видят то, что хотят видеть»). «Золотые слова», удовлетворяя одну из важнейших психологических потребностей человека - потребность в самосовершенствовании, будут формировать аттракцию, если в данный момент эта потребность не будет актуализирована в сознании реципиента. Именно поэтому техника этого приема (в отличие от обычного комплимента) предполагает произнесение «золотых слов» как бы, между прочим, попутно с основной информацией (например, с изложением какой-то позиции).

Приём аттракции *«Терпеливый слушатель»* строится на терпеливом и внимательном выслушивании собеседника. Поощряйте других говорить о самих себе. Как часто нам не хватает человека, который просто нас выслушает. Недаром человечество выбрало такую форму беседы как исповедь. Суть этого – излить душу, без оценок и советов. Способность слушать и слышать человека – это особенная способность, она ценится очень высоко и дана далеко не каждому.

Главное продемонстрировать собеседнику, что вы действительно понимаете его, разделяете с ним его проблемы, пытаетесь поддержать или подбодрить. Здесь важны не столько слова, сколько невербальная коммуникация – заинтересованный, выразительный взгляд, кивки, поддакивания. Это позволяет собеседнику почувствовать его значимости и приводит к удовлетворению одной из самых важных потребностей любого человека - потребности в самоутверждении. Её удовлетворение, естественно, ведёт к образованию положительных эмоций и создаёт доверительное расположение клиента.

Прием *«Личная жизнь»* выражается в привлечении внимания к хобби, увлечениям собеседника, что повышает его вербальную активность и сопровождается положительными эмоциями. Разговаривая с человеком в русле его личных интересов, вызывает у него повышенную вербальную активность, сопровождаемую положительными эмоциями.

Один из секретов удивительной популярности американского президента Теодора Рузвельта, по мнению Дейла Карнеги, состоял в том, что он страстно интересовался людьми, за что люди платили ему любовью. Примером этому может служить следующий эпизод: «Однажды жена стала расспрашивать президента о виргинской куропатке, и он подробно описал ей эту птицу. Спустя некоторое время в нашем коттедже зазвонил телефон.

Звонил Рузвельт, чтобы предупредить, что под окном разгуливает виргинская куропатка и если жена пожелает выглянуть из окна, то сможет ее увидеть. Подобные мелочи были чрезвычайно характерны для него».

Если вы хотите понравиться людям, искренне интересуйтесь другими людьми, это приводит к удовлетворению одной из самых важных потребностей любого человека - потребности в самовыражении. Ее удовлетворение, естественно, ведет к образованию положительных эмоций. А поскольку фактическим источником этих эмоций явились мы, то они и будут нам «возвращены» в виде небольшого усиления симпатии к нам, т. е. в виде возникающей или усиливающейся аттракции.

Есть еще один универсальный прием аттракции *«Просьба о совете»*. «Я хотел бы с вами посоветоваться» - эта фраза формула успеха. Мудрость гласит: «Попроси у врага совета, и он станет твоим другом». Этот прием удовлетворяет потребность в самоутверждении, ведь совет просят только у тех людей, кого уважают, мнение которых рассматривают как значимое.

Таким образом, опираясь на потребности человека в общении, используя приемы аттракции, создается эмоциональная атмосфера, психологически комфортная для партнера. В такой атмосфере ускоряется формирование аттракции. Приемы формирования аттракции направлены на эмоциональное поле личности, через которое оказывают воздействие на систему ее ценностных ориентаций.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. Охарактеризуйте зоны общения.
2. Факторы, влияющие на границы пространственных зон общения.
3. Какое влияние оказывает нарушение границы пространственных зон общения на человека
4. Охарактеризуйте эффект фасцинации.
5. Приемы аттракции.

Задание 1. Решите ситуационные задачи

Задача 1. Когда одному человеку необходимо уговорить другого что-то сделать, то, как правило, он, уговаривая, произносит его имя и отчество чаще, чем при обычном разговоре. Почему так происходит? Какой прием аттракции используется в такой ситуации?

Задача 2. Для того, чтобы явно оскорбить человека, иногда умышленно называют его другим именем. Этот прием можно встретить в художественной литературе, где показана утрированная форма взаимодействий. Почему литераторы используют такой прием? Какой прием аттракции используется в такой ситуации?

Задача 3. Нам не хочется улыбаться тому партнеру по общению, у которого обращенное к нам злое выражение лица. Почему? Какой прием аттракции используется в такой ситуации?

Задача 4. При прочих равных условиях мы скорее попросим совета у того, кто нас всегда приветствует мягкой, доброй улыбкой, чем у того, кто имеет всегда лицо сфинкса. Почему мы чаще поступаем именно так? Какой прием аттракции используется в такой ситуации?

Задача 5. При прочих равных условиях нам приятнее иметь дело с человеком, на лице которого доброе и приветливое выражение, появляющееся всегда при встрече с нами, чем с человеком, у которого постоянно брезгливое выражение лица. Почему? Какой прием аттракции используется в такой ситуации?

Задание 2. Пройдите тест по теме «Методы и приемы эффективного взаимодействия»

1. Область психологии, предметом изучения которой являются особенности организации личного пространства человека во время общения с другими людьми.

- a. Проксемика
- b. Кинесика
- c. Такесика

2. Вида пространственных границ для общения

- a) интимная
- b) личная
- c) социальная
- d) все перечисленные

3. Зона общения, составляющая от 0 до 45 см. вокруг тела человека

- a) интимная
- b) личная
- c) социальная
- d) публичная

4. Зона общения, составляющая 45 - 120 см. вокруг тела человека

- a) интимная
- b) личная
- c) социальная
- d) публичная

5. Зона общения, составляющая 120 - 300 см. вокруг тела человека

- a) интимная
- b) личная
- c) социальная
- d) публичная

6. Зона общения, составляющая 300 и более см. вокруг тела человека

- a) интимная
- b) личная
- c) социальная
- d) публичная

7. Словесное воздействие на людей, при котором достигается минимизация потери информации

- a) аттракция
- b) фасцинация
- c) все перечисленные

8. Соотнесите название и содержание приемов аттракции

- 1. Имя собственное
- 2. Зеркало отношения
- 3. Золотые слова

- a) Выражение лица демонстрирует отношение к собеседнику
- b) Слова, которые представляют небольшое преувеличение каких-либо положительных сторон человека.

c) При обращении к собеседнику необходимо произносить имя (имя, отчество) партнера по общению

9. Соотнесите приемы аттракции и удовлетворяемые ими потребности

- 1. Имя собственное
- 2. Зеркало отношения
- 3. Золотые слова
- 4. Личная жизнь
- a) Потребность в самоутверждении
- b) Потребность в самосовершенствовании
- c) Потребность в безопасности
- d) Потребности в самовыражении

10. Выражение лица демонстрирует отношение к собеседнику

- a) Прием аттракции «Имя собственное»
- b) Прием аттракции «Зеркало отношения»
- c) Прием аттракции «Золотые слова»

11. Слова, которые представляют небольшое преувеличение каких-либо положительных сторон человека.

- a) Прием аттракции «Имя собственное»
- b) Прием аттракции «Зеркало отношения»
- c) Прием аттракции «Золотые слова»

12. При обращении к собеседнику необходимо произносить имя (имя, отчество) партнера по общению

- a) Прием аттракции «Имя собственное»
- b) Прием аттракции «Зеркало отношения»
- c) Прием аттракции «Золотые слова»

13. Терпеливое и внимательное выслушивание собеседника

- a) Прием аттракции «Терпеливый слушатель»
- b) Прием аттракции «Личная жизнь»
- c) Прием аттракции «Золотые слова»

14. Привлечение внимания к хобби, увлечениям собеседника

- a) Прием аттракции «Зеркало отношения»
- b) Прием аттракции «Личная жизнь»
- c) Прием аттракции «Имя собственное»

5. Вербальные и паралингвистические средства общения

План:

1. Речь как вербальное средство общения
2. Приемы вербальной коммуникации
3. Паралингвистические (паравербальные) средства общения

Средства общения – важный инструмент ежедневного контакта одного человека с окружающими. Взаимная коммуникация занимает огромную часть жизни человека. Она помогает выразить мысли, чувства, намерения.

1. Речь как вербальное средство общения

Вербальным средством общения является человеческая речь, естественный звуковой язык, т.е. система фонетических знаков. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. Вербальная коммуникация осуществляется посредством слов, с закрепленным за ними в общественном опыте смыслом. Слова могут быть произнесены вслух, про себя, написаны или же заменены у глухих людей особыми жестами, выступающими носителями значений (так называемая дактилология, где каждая буква обозначается движениями пальцев, и жестовая речь, где жест заменяет целое слово или группу слов).

Различают следующие виды речи: письменная и устная речь, последняя, в свою очередь, подразделяется на диалогическую и монологическую (рис.3).

Наиболее простой разновидностью устной речи является диалог, т.е. разговор, поддерживаемый собеседниками, совместно обсуждающими и разрешающими какие-либо вопросы.

Вторая разновидность устной речи - монолог, который произносит один человек, обращаясь к другому или многим лицам, слушающим его, это рассказ учителя, развернутый ответ ученика, доклад и т.п. Монологическая речь сложна в композиционном отношении, требует завершенности мысли, более строгого соблюдения грамматических правил, строгой логики и последовательности при изложении того, что хочет сказать произносящий монолог.

Письменная речь появилась в истории человечества много позже устной речи. Она возникла как результат потребности общения между людьми, разделенными пространством и временем, и развилась от пиктограмм, когда мысль передавалась условными схематическими рисунками, до современного письма, когда тысячи слов записываются с помощью нескольких десятков букв.



Рисунок 3 - Виды речи

Благодаря письму оказалось возможным наилучшим образом передавать от поколения к поколению опыт, накопленный людьми, так как при передаче его с помощью устной речи он мог подвергаться искажению, видоизменению и даже бесследно исчезать.

2. Приемы вербальной коммуникации

Компонентами устной вербальной коммуникации является говорение и слушание.

Рассмотрим некоторые приемы вербальной коммуникации, повышающие эффективность общения.

1. **«Открытость для убедительных аргументов».** Этот прием способствует конструктивному обсуждению проблем, поскольку демонстрирует окружающим стремление быть открытым для восприятия абсолютно всех доводов и предложений. Однако следует заметить, что в деловом общении в более выигрышном положении будет тот, кто умело на практике реализует принцип «важно не быть честным и открытым, а казаться им».

2. **«Условность в принятии доводов оппонента».** Данный прием способен существенно стимулировать оппонента к тому, чтобы он раскрыл свою позицию. Это помогут сделать фразы типа: «Допустим, что вы правы» и т.п. Такая осторожная и условная оценка позволит инициатору приема при необходимости вернуться на прежние позиции, так и не признав доводов оппонента.

3. **«Оттягивание возражений».** Особенность этого приема состоит в том, чтобы как можно больше узнать о позиции партнера, о доводах, которые он собирается использовать, и т. п. Оттягивание возражений поможет не только уйти от конфронтации и противоборства в общении, но и

узнать больше об уязвимых местах системы доводов оппонента, чтобы при необходимости сделать их объектами для критики.

4. **«Обращение за советом».** Этот прием лишний раз подтверждает, что мы чувствительны не только к комплиментам, но и к особым формам обращения – вежливой просьбе об одолжении чего-либо, обращению за советом и т. п.

Выслушав от оппонента просьбу дать совет, как поступить в той или иной ситуации, мало кто удержится от соблазна посоветовать что-либо дельное. И если это делается искренне и от души, то невольно оппонент становится как бы соучастником всех последующих действий. Этим, собственно, осуществляется вовлечение оппонента в совместный поиск выработки решения.

5. **«Вовлечение оппонента в совместную выработку решения».** Существует довольно распространенная ошибка, которую можно наблюдать во время обсуждения какой-либо проблемы, – это стремление заявить, что вы нашли ее решение. Ошибка заключается в том, что в данном случае проигнорировано правило: процесс поиска результата не менее важен, чем сам конечный результат. Это означает, что любая дискуссия, переговоры или спор должны быть ритуалом участия, каждый должен внести свою лепту. Отсюда вытекает важная задача: дать почувствовать оппонентам, что они являются собственниками принятых идей и полноправными участниками заключения, поскольку чувство причастности к процессу выработки решения является важнейшим фактором результативности проведенной дискуссии.

Таким образом, путем вовлечения оппонента в совместный поиск решения проблемы опытные собеседники добиваются того, к чему призывает известная китайская пословица: «Говори – может, послушаю; объясни – может, запомню; вовлеки – сделаю!».

6. **Использование «метода Сократа».** Как прием эвристического (убеждающего) воздействия метод Сократа известен еще с древности.

Суть его состоит в том, чтобы с самого начала беседы не давать собеседнику повода сказать слово «нет». Для этого необходимо подходить к теме основного разговора как бы издалека и принуждать партнера отвечать «да». Полученные от собеседника одобрительные «да» на вопросы второстепенные и порою ничего не значащие, как бы прокладывают дорогу к тому, чтобы собеседник также утвердительно ответил и на главный вопрос. Дело в том, что человек не любит менять свое мнение, и если он согласился с вами в девяти случаях, то скорее всего он согласится и в десятом.

Действительно, так и поступал известный древнегреческий философ, чьим именем и назван данный метод. Вступая в разговор, Сократ начинал его с тех вопросов, по которым он не расходился во взглядах со своим собеседником. Так, например, общаясь с молодым человеком в ясную погоду, Сократ начинал с того, что спрашивал его: «Не правда ли, что сегодня солнечная погода?», на что его собеседник был действительно обречен отвечать «да». Ограждая своего партнера по общению от слова «нет», Сократ прекрасно понимал, что отрицательный ответ – самое

труднопреодолимое препятствие в диалоге, так как единожды высказанное «нет» потребует от самолюбия быть верным высказанному слову до конца. Именно поэтому так важно с самого начала диалога направить собеседника (с помощью выстроенных «да») на согласие и придать общению общую направленность на утверждение.

7. **Избегание категоричности в высказываниях.** Категоричность высказываний типа «всегда» или «никогда», как показывает практика, не способна создавать доверительные взаимоотношения в общении, поскольку она провоцирует конфронтацию, порождает сомнения в сказанном и в целом не сближает. Излишне альтернативная категоричность утверждений «да – нет», «плохой – хороший», «черный – белый», «друг – враг» и др., как правило, свидетельствует о таком мышлении человека, при котором он воспринимает мир только в однозначно, раз и навсегда данных альтернативных, противоположных друг другу категориях. О человеке, который оперирует жесткими категориями «всегда» или «никогда», мы вправе сказать, что слишком скорые категоричные выводы есть, чаще всего, результат его замедленного мышления. Более того, категоричность в большинстве случаев выступает одной из форм лжи.

Опытные коммуникаторы используют в общении слова, которые значительно отличаются от категоричных «всегда» или «никогда». В их обиходе чаще слышатся такие слова, как: «очень часто», «как правило», «в большинстве случаев», «с большой вероятностью», «иногда», «крайне редко» и т. п.

Приведем ниже примеры замены категоричных утверждений на более мягкие высказывания (табл.1).

Таблица 1 - Категоричные и диалектические утверждения

Категоричные (альтернативные) утверждения	Некатегоричные (диалектические) высказывания
Вы всегда опаздываете	В последнее время участились случаи вашего опоздания
Вы всегда противоречите мне	Бывают случаи, что вы противоречите мне
Ты никогда не доводишь свои планы до конца	Случается, что ты не доводишь дело до конца
Вы всегда уклоняетесь от общественных поручений	К сожалению, вы иногда уклоняетесь от общественных поручений
Ты никогда не дослушиваешь меня до конца	Очень жаль, но, как правило, ты не выслушиваешь меня до конца
Вы всегда оправдываетесь	Сожалею, но вам свойственно иногда оправдываться
Ты никогда не делаешь ничего вовремя	К сожалению, тебе иногда не удается выполнить поручение вовремя
Вы всегда на что-то жалуетесь	Странно, но вам свойственно иногда жаловаться

8. **Использование «позитивных» вопросов.** В зависимости от постановки вопроса, «негативной» («У вас нет этого размера в продаже?») или «позитивной» («Вы ведь позвоните мне завтра вечером?»), можно отчасти предвидеть и управлять ответом собеседника.

С помощью «позитивных» вопросов, как показывает практика, действительно осуществляется некое психологическое принуждение к нужному для вас ответу. В таблице приведено несколько примеров использования «негативных» и «позитивных» вопросов (табл.2).

Таблица 2 - «Негативные» и «позитивные» вопросы

«Негативная» постановка вопроса	«Позитивная» постановка вопроса
1. Не затруднит ли вас это сделать?	Вас ведь не затруднит это сделать?
2. У вас нет этого размера в продаже?	Вы ведь найдете для меня этот размер?
3. Вы не находите, что это выгодное предложение?	Вы ведь находите это предложение вполне выгодным?
4. У вас не найдется для меня 5 мин?	Вас не затруднит найти для меня 5 мин?
5. Вы не позвоните мне сегодня вечером?	Вам ведь не трудно будет позвонить мне вечером?
6. У вас нет скидок на то изделие?	У вас ведь есть скидки на это изделие?
7. Вы не поможете мне в этом вопросе?	Вы ведь окажете мне помощь в этом вопросе?

9. **Использование в общении «Вы-подхода».** «Вы-подход» способен создать в общении особое состояние психологического комфорта, доверия, теплоты и таким образом расположить собеседника к более плодотворному сотрудничеству.

Суть приема нетрудно увидеть при сравнении с приемом «Я-подход» (табл.3).

Таблица 3 - Приемы «Я-подхода» и «Вы-подхода»

«Я-подход»	«Вы-подход»
1. Я считаю, что вы неправы	Вы не находите, что в этом вопросе мы оба частично неправы?
2. Я утверждаю, что данный проект постановления несовершенен	Вы не считаете, что данный проект постановления несовершенен?
3. Я хочу видеть вас в 18 ч	Вам не трудно будет подъехать к 18 ч?
4. Я хочу, чтобы вы выполнили это задание	Вас не затруднит выполнить это задание?
5. Я докажу вам сейчас	Сейчас вы сможете убедиться

6. Я считаю, что вы должны извиниться	Вы не находите, что нам надо извиниться друг перед другом?
---------------------------------------	--

10. **Использование стратегии «Мы-высказывание».** Стратегия «Мы-высказывание» направлена на привлечение внимания к общим интересам и целям партнеров. Она порождает ситуацию сотрудничества, а не противоборства с противопоставлением взглядов типа «мы-вы», где стороны стремятся получить лишь одностороннюю выгоду. Таким образом, использование в речи местоимения «мы» (обе стороны) интуитивно порождает у партнеров переговорную стратегию взаимного согласия и сотрудничества. Сравним стратегию «Вы-высказывание» со стратегией «Мы-высказывание» (табл.4).

Таблица 4 - Стратегии высказываний

«Вы-высказывание»	«Мы-высказывание»
1. Вы много сделали для преодоления сложившейся кризисной ситуации	Согласитесь, мы с вами приложили немало усилий, чтобы выйти из кризисной ситуации
2. Вы действительно заинтересованы в обсуждении этого вопроса	Мы с вами, безусловно, заинтересованы в обсуждении этого вопроса
3. Вы наш единомышленник	Отрадно признать, что мы с вами действительно единомышленники
4. Вы приложили немало усилий, чтобы решить эту проблему	Нам с вами пришлось немало потрудиться, чтобы решить эту проблему

11. **Использование приема «Я-утверждение».** Существуют два противоположных по форме и по содержанию приема утверждений: «Вы-утверждение» и «Я-утверждение».

Первое действует на собеседника вызывающе и порождает защитную реакцию с его стороны (примеры «Вы-утверждения»: «Вы не выполнили мое задание», «Вы опоздали на совещание» и т. п.). «Я-утверждение» не вызывает агрессию со стороны оппонента, значительно снижает его сопротивление и создает особые доверительные отношения. Прием «Я-утверждение» – это прежде всего вежливость, прямота и ясность, он способен передать другому человеку ваше отношение к какой-либо ситуации без обвинений и без требований, вот почему он не вызывает негативной реакции со стороны собеседника.

В приведенной ниже таблице предлагается сравнить обидные «Вы-утверждения» и тактичные, располагающие к доверительному общению «Я-утверждения» (табл.5).

Таблица 5 - Виды утверждений

«Вы-утверждение»	«Я-утверждение»
------------------	-----------------

1. Вы не сдержали свое слово	Когда вы не всегда держите свое слово, у меня складывается впечатление, что между нами нет должного понимания важности наших общих проблем. Мне бы хотелось, чтобы в целях нашего дальнейшего сотрудничества нам удавалось выполнять обещанное в срок
2. Вы опять повторили ту же ошибку	Когда вы допускаете повторную ошибку, я чувствую за собой вину, что не нашел времени объяснить вам причины наших прошлых упущений. Очень хотелось бы, чтобы в будущем мы с вами не спотыкались о те же самые «грабли»
3. Вы плохо составили отчет	Когда вам не удастся качественно подготовить отчет, мы бываем очень обеспокоены этим. Нам бы хотелось во избежание рекламации на нашу продукцию, чтобы каждый сотрудник нашей команды более качественно выполнял свои обязанности
4. Вы постоянно перебиваете меня	Когда иногда вы меня перебиваете, я сбиваюсь с мысли и мне бывает очень трудно сосредоточиться на главном и довести мысль до конца. Убедительно прошу по возможности этого не делать

12. **Использование правил хорошего тона в общении.**
Использование в разговорном общении таких правил способно породить во взаимоотношениях особое состояние психологического комфорта, доверия и теплоты.

Еще одна группа приемов, направлена на активное слушание.

Активное слушание – это процесс, в ходе которого слушающий не просто воспринимает информацию от собеседника, но и активно показывает понимание этой информации. Иногда еще можно назвать это виды активного слушания.

К числу приемов активного слушания относятся следующие:

1. **Эхо-техника** — это повторение отдельных слов или слово-сочетаний клиента без каких бы то ни было изменений.

2. **Уточнение** — не всегда в рассказе человек описывает все детали событий или переживаний. Попросите уточнить все, даже самые мелкие подробности.

3. **Сообщение о восприятии** – другими словами, это возможность сообщить собеседнику, что вы поняли, что он вам сказал, его эмоции и состояние. «Я понимаю, как тебе сейчас обидно и больно. Хочется плакать и чтобы тебя пожалели».

4. **Развитие мысли** – осуществление попытки подхвата и продвижение далее хода основной идеи или мысли собеседника.

5. **Сообщение о восприятии** – Слушатель сообщает своему собеседнику о том, какое впечатление тот произвел в ходе общения . Например « Вы говорите об очень важных для Вас вещах»

6. **Отражение чувств** – выражение эмоциональной позиции собеседника на основе наблюдений слушателем не только за тем, что говорит коммуникатор, но и за тем, что выражает его тело «Я вижу, вас это волнует...»

7. **Сообщение о восприятии себя** – слушатель сообщает своему собеседнику о том, как изменилось его состояние в результате слушания «Меня заделали ваши слова»

8. **Замечания о ходе беседы** – слушатель сообщает о том, как можно осмыслить беседу в целом. «Походу, мы достигли общего понимания проблемы»

9. **Резюмирование** – проведение промежуточных итогов сказанного собеседником в процессе его монолога «Итак, мы с вами обсудили следующее: испытание пожарных насосов...»

Еще несколько приемов активного слушания представлены в таблице 6.

Таблица 6 - Приемы активного слушания

Прием активного слушания	Цель	Характеристика
Угу – поддакивание	Дать понять собеседнику, что его слушают	Кивки головой «да», «угу», «ага»
Закрытые вопросы	Получение согласия или подтверждения ранее достигнутой договоренности	Вопросы, подразумевающие ответы «да» или «нет»
Открытые вопросы	Получение от собеседника, как можно больше информации	Вопросы: «как», «какие», «когда» и т.п.
Перефразирование	Дать возможность говорящему человеку увидеть, что его правильно понимают	Фразы «другими словами...», «если я вас правильно понял, то ...»
Резюмирование	Выделение главной мысли (без сопровождения эмоций) из уже сказанного собеседником	Фразы «таким образом...», «если подытожить сказанное, то...»

Источник: <https://fireman.club/presentations/priemy-aktivnogo-slushaniya/>

3. Паралингвистические (паравербальные) средства общения

Паралингвистический (паравербальный) означает связанный с речью, окружающий речь, но не являющийся самой речью.

Паравербальные средства — совокупность звуковых сигналов, которые сопровождают устную речь, принося в нее дополнительные значения.

К паралингвистическим средствам коммуникации относятся:

1. Речевые звуковые явления: темп речи (быстрый, средний, замедленный), модуляция высоты голоса (плавная, резкая), тональность

голоса (высокая, низкая), ритм (равномерный, прерывистый), тембр (раскатистый, хриплый, скрипучий), интонация, дикция речи. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи.

2. Выразительные качества голоса: характерные специфические звуки, возникающие при общении: смех, хмыканье, плач, шепот, вздохи и др; разделительные звуки — кашель; нулевые звуки — паузы, а также звуки назализации — «хм-хм», «э-э-э» и др.

Эти сигналы могут изменять действие произносимых слов, в одних случаях усиливая или ослабляя его, а в других - изменяя их смысл. Если человек говорит: «Обещаю, что обязательно это сделаю!» с уверенной и искренней интонацией в голосе, то мы ему верим. Однако если он говорит это «скучающим» тоном, фыркает, подчеркнуто всхлипывает или нечаянно зевает — мы склонны усомниться в искренности обещания.

Таким образом, при помощи вербальных и паравербальных средств совершается не просто движение сообщений, но и взаимодействие участников коммуникационного процесса, которые особым образом влияют друг на друга, направляют, ориентируют друг друга. Несмотря на то, что речь является универсальным инструментом коммуникативного взаимодействия, она приобретает смысл только при включении в деятельность. Речь обязательно должна дополняться употреблением неречевых знаковых систем для результативности взаимодействия. Коммуникативный процесс будет неполным, если не использовать невербальные средства.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. Речь как вербальное средство общения
2. Дайте характеристику разным видам речи
3. Охарактеризуйте приемы вербальной коммуникации
4. Приведите примеры «негативных» и «позитивных» вопросов
5. Приведите примеры «я-высказываний», «вы-высказываний», «мы-высказываний».
6. Приемы активного слушания
7. Паралингвистические (паравербальные) средства общения

Задание 1. Придумайте фразы со словами «терпение», «терпеливость», «терпимость», «толерантность».

Задание 2. Подберите синонимы к слову «сказал».

Задание 3. Наугад выберите по паре слов из каждой колонки и сочините рассказ с использованием этих слов.

Фиаско	Статуя	Спираль
Океан	Ноготь	Финиш
Путешествие	Мостовая	Кнопка
Бумажник	Пальто	Вор
Дыня	Фанера	Суфле

Сон	Харизма	Ковбой
Мотоцикл	Армия	Коробка
Собака	Нос	Палка
Преступление	Хоккей	Плод

Задание 4. Пройдите тест по теме

1. Вербальные средства общения

- a) жесты
- b) речь
- c) мимика
- d) все вышеперечисленные

2. Виды речи

- a) образная
- b) устная
- c) тихая
- d) все вышеперечисленные

3. Приемы вербального общения

- a) использование «метода Сократа»
- b) избегание категоричности в высказываниях
- c) использование приема «Я-утверждение»
- d) все вышеперечисленные

4. Приемы активного слушания

- a) эхо-техника
- b) шёпот
- c) смех
- d) все вышеперечисленные

5. Совокупность звуковых сигналов, которые сопровождают устную речь, принося в нее дополнительные значения

- a) вербальные средства коммуникации
- b) невербальные средства коммуникации
- c) паралингвистические (паравербальные) средства коммуникации
- d) все вышеперечисленные

6. Невербальные средства общения

План:

- 1. Понятие и сущность невербального общения
- 2. Врожденные и приобретенные невербальные сигналы
- 3. Национальные особенности невербальных средств
- 4. Характеристика средств невербальной коммуникации

1. Понятие и сущность невербального общения

Каждому из нас приходилось заниматься изучением языков. Мы изучали родной язык, иностранный, многие изучают языки программирования, другие изучают международный язык эсперанто. Существует еще один международный, общедоступный и понятный язык, о котором до недавнего времени мало что знали – это язык жестов, мимики и телодвижений человека – «боди лэнгвидж».

Впервые серьезным исследованием этого языка занялся в конце 1970-х годов Аллан Пиз, который является признанным знатоком психологии человеческого общения. Психологами установлено, что в процессе взаимодействия людей от 60 до 80% коммуникации осуществляется за счет невербальных средств выражения, и только 20-40% информации передается с помощью вербальных.

Эти данные заставляют нас задуматься над значением невербального языка для психологии общения и взаимопонимания людей, обратить особое внимание на значение жестов и мимики человека, а также порождают желание овладеть искусством толкования этого особого языка – языка телодвижений, на котором все мы с вами разговариваем, даже не осознавая этого.

Особенностью языка телодвижений является то, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания и отсутствие возможности подделать эти импульсы позволяет доверять этому языку больше, чем обычному, вербальному каналу общения.

Когда говорят, что человек чувствителен и обладает интуицией, имеют в виду, что он (или она) обладает способностью читать невербальные сигналы другого человека и сравнивать их с вербальным языком. Другими словами, когда говорят, что у нас предчувствие, или что «шестое чувство», подсказывает нам, что кто-то сказал неправду, мы в действительности имеем в виду, что заметили разногласие между языком тела и сказанными этим человеком словами.

Женщины обычно более чувствительны, чем мужчины и этим объясняется существование такого понятия, как женская интуиция. Женщины обладают врожденной способностью замечать и расшифровывать невербальные сигналы, фиксировать самые мельчайшие подробности.

Эта способность особенно хорошо развита у женщин, занимающихся воспитанием маленьких детей. Первые несколько лет мать полагается только на невербальные сигналы коммуникации со своим ребенком.

2. Врожденные и приобретенные невербальные сигналы

Несмотря на то, что проведено много исследований, ведутся горячие дискуссии по поводу того, являются ли невербальные сигналы врожденными или приобретенными, передаются ли они генетически или приобретаются каким-то другим путем.

Доказательства были получены через наблюдения за слепыми, глухими, и глухонемыми людьми, которые не могли бы обучиться невербальному языку благодаря слуховым или зрительным рецепторам. Проводились также наблюдения за жестикуляцией различных наций и изучалось поведение наших ближайших антропологических родственников - обезьян.

Выводы этих исследований указывают, на то, что жесты поддаются классификации. Например, большинство детенышей приматов рождены со способностью к сосанию, говорящей о том, что способность эта или врожденная или генетическая.

Установлено, что способность улыбаться глухих или слепых от рождения детей проявляется без всякого обучения или копирования, что подтверждает гипотезу о врожденных жестах. Предположения о врожденных жестах, подтвердились изучением выражения лица у людей, представителей глубоко отличных друг от друга культур. Удалось установить, что представители различных культур использовали одинаковые выражения лица при проявлении определенных эмоции, что позволило заключить, что эти жесты должны быть врожденными.

Когда вы скрещиваете руки на своей груди, скрещиваете ли правую руку над левой или левую над правой? Большинство людей не могут точно ответить на этот вопрос до тех пор, пока это не сделают. В одном случае они будут чувствовать себя удобно, в другом случае нет. Отсюда можно заключить, что это, возможно генетический жест, который не может быть изменен.

Существуют также разногласия по поводу того, являются ли некоторые жесты приобретенными и культурно обусловленными или генетическими. Например, большинство мужчин надевают пальто, начиная с правого рукава, большинство же женщин начинают надевать пальто с левого рукава. Когда мужчина пропускает женщину на многолюдной улице, он, проходя, обычно разворачивается к женщине лицом, женщина же обычно проходит, отвернувшись от него. Делает ли она это инстинктивно, защищая грудь? Является ли это врожденным жестом женщины, или она научилась этому, неосознанно наблюдая за другими женщинами?

Большинство жестов невербального поведения являют приобретенными, и значение многих движений и жестов культурно обусловлено.

Во всем мире основные коммуникационные жесты не отличаются друг от друга. Когда люди счастливы, они улыбаются, когда они печальны – у них опущены уголки губ, когда сердятся - они хмурятся.

Кивание головой почти во всем мире обозначает «да» или утверждение. Похоже, что это врожденный жест, так как он используется глухими и слепыми людьми. Покачивание головой для обозначения отрицания или несогласия является также универсальным, и может быть одним из жестов, изобретенных в детстве, когда ребенок насосался молока, он, отказываясь от материнской груди, делает движение головой из стороны в сторону. Когда маленький ребенок наелся, он крутит головой из стороны в сторону, чтобы увильнуть от ложки, которой родители кормят его. Так очень быстро он приучается использовать покачивание головой как выражения своего несогласия и отрицательного отношения.

Проследить происхождение некоторых жестов можно на примере нашего первобытнообщинного прошлого. Оскал зубов сохранился от акта нападения на противника и до сих пор используется современным человеком,

когда он злобно усмехается или проявляет свою враждебность каким-то другим способом. Улыбка первоначально была символом угрозы, но сегодня, в совокупности с дружелюбными жестами, она обозначает удовольствие или доброжелательность.

Жест «пожимание плечами» является примером универсального жеста, который обозначает, что человек не знает или не понимает, о чем речь. Это комплексный жест, состоящий из трех компонентов:

- развернутые ладони,
- поднятые плечи,
- поднятые брови.

3. Национальные особенности невербальных средств

Как вербальные языки отличаются друг от друга в зависимости типа культур, так и невербальный язык одной нации отличается от невербального языка другой нации. В то время, как какой-то жест может быть общепризнанным и иметь четкую интерпретацию у одной нации, у другой нации он может не иметь никакого обозначения, или иметь совершенно противоположное значение.

Рассмотрим разницу в интерпретации разными нациями таких трех типичных жестов, как кольцо из пальцев руки, поднятый вверх большой палец и V - образный жест пальцами.

Жест ОКей



ОК - этот жест был популяризован в Америке в начале XIX века, главным образом, прессой, которая в то время начала кампанию по сокращению слов и популярных фраз до их начальных букв. Существуют разные мнения относительно того, что обозначают инициалы «ОК».

Некоторые считают, что они обозначали «all correct»- «все правильно». Другие говорят, что это антоним к слову «нокаут», по-английски обозначается буквами КО. Какая из этих версий верна, не известно, но похоже, что сам по себе жест обозначает букву «О» в слове О'кеу. Значение этого жеста хорошо известно во всех англоязычных странах, а также в Европе и Азии, в некоторых же других странах этот жест имеет совершенно другое происхождение и значение.

Например, во Франции он означает «ноль» или «ничего», в Японии он значит «деньги», а в некоторых странах Средиземноморского бассейна этот жест используется для обозначения мужчины нетрадиционной ориентации.

Путешествуя по разным странам, следует подчиняться правилу «Со своим уставом в чужой монастырь не ходят», поможет избежать возможных неловких ситуаций.

Поднятый верх большой палец



В Америке, Англии, Австралии и Новой Зеландии поднятый вверх большой палец имеет несколько значений.

1) Обычно он используется при «голосовании» на дороге, в попытках поймать попутную машину.

2) Второе значение - «все в порядке».

3) В некоторых странах, например, в Греции этот жест означает «заткнись». Можете себе представить положение американца, который этим жестом пытается остановить машину на дороге в этой стране.

V – образный знак пальцами



Этот знак очень популярен в Великобритании и Австралии и Новой Зеландии. Во время второй мировой войны Уинстон Черчилль популяризировал знак «V» для обозначения победы. Во многих странах жест означает также цифру «2».

Эти примеры говорят о том, к каким недоразумениям может привести неправильные толкования жестов, если не учитывающие национальные особенности говорящего, поэтому, прежде чем делать какие-либо выводы о значении жестов и языка тела, необходимо учесть национальную принадлежность человека.

4. Характеристика средств невербальной коммуникации

При изучении и интерпретации языка тела важно учитывать несколько аспектов:

— Одной из наиболее серьезных ошибок, которую могут допустить новички в деле изучения языка тела, является стремление выделить один жест и рассматривать его изолированно от других жестов и обстоятельств. Например, почесывание затылка может означать перхоть, выделение пота, неуверенность, забывчивость или произнесение неправды - в зависимости от того какие еще жесты сопровождают это почесывание, поэтому для правильной интерпретации нужно учитывать весь комплекс сопровождающих жестов.

— Как любой язык, язык тела состоит из слов, предложений, знаков пунктуации. Каждый жест подобен одному слову, а слово может иметь несколько различных значений. Полностью понять значение этого слова можно только тогда, когда это слово находится в предложении наряду с другими словами. Наблюдательный человек может прочитать эти невербальные предложения и сравнить их со словесными предложениями говорящего.

— Кроме учета совокупности жестов и соответствия между словами и телодвижениями, для правильной интерпретации жестов необходимо учитывать контекст, в котором эти жесты используются. Если вербальный и невербальный язык идентичны, то такое поведение называется конгруэнтным, если же вербальный язык противоречит языку тела, такое поведение неконгруэнтно.

Невербальные средства общения можно объединить в несколько групп:

Жесты. К этой группе невербальных средств относят движения головой, руками, пальцами, сопровождающие высказывания, размышления. При необходимости обратить внимание на предметы, людям понадобится помощь указательной жестикуляции. Подчеркивающие жесты подкрепляют высказывания. Демонстративное движение кистью поясняет положение дел. Касания партнера способствуют установлению социального контакта или получению знака внимания, ослаблению значимости информации.

Позы. Позы должны следовать нормам этикета. Открытые позы сидящей девушки в Европе и Америке имеют нейтральные значения, в Японии считаются аморальными. Положение взрослых людей, сидя на корточках, в большинстве стран имеет неприличное определение, в Южной Америке и Африке многие народы отдыхают в подобной форме.

Позы при публичном обращении или деловом разговоре должны выражать открытость: руки расцеплены, ноги не скрещены, спина прямая. Если чуть податься вперед, поза будет воспринята как заинтересованность понятной темой. Сутулость сообщает о неуверенности, широко расставленные ноги и руки позволяют судить о доминировании. Постукивание рукой или ногой – проявление скуки, отсутствия времени, нетерпения. Собеседник принял закрытую позу – это может значить, что человек не верит или плохо воспринимает информацию. Ноги повернуты к выходу, человек хочет уйти. Голова наклонена вперед, собеседник внимательно слушает, анализирует.

Мимика. Мимикой принято называть выразительное движение мышцами лица с целью проявления определенных чувств индивидуума. Виды мимики соответствуют функциям психики: умственные акты выражают мышцы вокруг глаз, околоротовые мышцы связаны с актами воли. Чувства подчеркивают общие мышцы лица, изменяющиеся в сознательной и непроизвольной формах.

Возможны разные формы мимических комплексов:

— Амимия заключается в отсутствии видимых мимических изменений.

— О напряжении могут говорить плотное закрытие рта, окаменелое состояние верхней части лица.

— Интерес легко распознать по легкому приподниманию или опусканию бровей, небольшому расширению и сужению век. Поле зрения увеличивается, фокусировка глаз обостряется.

— Улыбка может относиться к умиротворению или отвлечению от агрессивного поведения, используется при приветствии.

Мимика передает базовые эмоции (радость, грусть, гнев, удивление, отвращение), обеспеченные врожденными нейронными программами, а также ложную информацию.

Дистанция. Нормы приближения двух людей определены в науке четырьмя промежутками:

1. Интимное расстояние (от 0 до 45 см) – общение самых близких;
2. Персональное (от 45 см. до 1м.20см) – общение со знакомыми людьми;
3. Социальное (от 1,20 до 3,60) – предпочтительно при общении с чужими людьми и при официальном общении;
4. Публичное (от 3,60 и далее) – при выступлении перед различными аудиториями.

Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается негативно.

Для людей различных возрастов, половой принадлежности, социального статуса правила варьируются. Например, дети и старики держатся к собеседнику ближе, относительно подростков. Мужчины занимают отдаленные позиции, в отличие от женщин. Спокойный человек максимально приближается, неуравновешенный – держится дальше. Люди обращаются на большой дистанции к собеседникам выше статусом. Национальность также играет роль. Азиаты взаимодействуют на более коротких промежутках, чем европейцы, городские жители – ближе поселенцев малонаселенных пунктов.

Одежда. При формировании образа человек примеряет роль в обществе, внутренние позиции. Ключевой характеристикой является не мода, а направление стиля, цветовая гамма. Экстраверты делают ставку на ярких сочных цветах. Интроверты выбирают темные тона, невзрачные, полутона, черные, постельные, бежевые, серые. Яркие и крупные украшения также могут являться средством проявления эгоцентризма и высокого статуса человека (или индивид сам желает того).

В психологической науке выделяют несколько направлений, изучающих невербальные средства коммуникации:

— **Окулесика** изучает поведенческие аспекты глаз и использование взгляда в качестве способа невербальной коммуникации. Глаза могут передавать доминирование, подчинение, вовлечённость, отстранённость, позитивное или негативное впечатление. Сообщения передаются посредством взглядов. Они зависят от частоты и длительности, интенсивности контакта (пристально или скользяще). Взгляд сокращает психологическую дистанцию или воспринимается как угроза.

— **Кинесика** - совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения. Сочетает взгляды, мимику, позы, жесты, движения социокультурного и физиологического происхождения.

— **Тактильное поведение.** Метод общения построен на прикосновениях (ритуальных, любовных, профессиональных, дружеских) для усиления или ослабления процессов связи.

— **Хронемика.** Использование времени при невербальном общении. Например, в США опоздание считается неуважением, а в Латинской Америке данная ситуация – обычное дело.

— **Проксемика.** Отношения строятся с учетом расстояний, территориальных расположений.

Таким образом, невербальное общение является разновидностью передачи информации или возможностью воздействия на окружение без употребления речевых средств. Орудием такого взаимодействия является физическое тело человека, которое владеет широким набором инструментария и специфическими приемами для трансляции информации или взаимообмена сообщениями.

Вопросы и задания для самообследования:

1. Понятие и сущность невербального общения
2. Какие сигналы невербального общения являются врожденными, приобретенными, культурно обусловленными
3. Приведите примеры национальных особенностей использования невербальных средств общения
4. Охарактеризуйте невербальные средства коммуникации свидетельствующие
 - об открытости и доверительности в общении;
 - о неискренности и лжи;
 - о нежелании общаться;
 - об агрессивности;
 - об уверенности и властности.

Задание 1. Пройдите тест «Что говорят вам мимика и жесты»?

1. Вы считаете, что мимика и жесты – это:
 - а) спонтанное выражение состояния человека в данный конкретный момент;
 - б) дополнение к речи;
 - в) «предательское» проявление нашего подсознания.
2. Считаете ли вы, что у женщин язык мимики и жестов более выразителен, чем у мужчин?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) не знаю;
3. Как вы здороваетесь с хорошими друзьями?
 - а) вы радостно кричите «Привет!»;
 - б) сердечным рукопожатием;
 - в) слегка обнимаете друг друга;
 - г) приветствуете их сдержанным движением руки;
 - д) целуете друг друга в щеку.
4. Какая мимика и какие жесты, по вашему мнению, означают во всем мире одно и то же? Дайте три ответа:
 - а) когда качают головой;
 - б) когда кивают головой;
 - в) когда морщат нос;
 - г) когда морщат лоб;

- д) когда подмигивают;
- е) когда улыбаются.

5. Какая часть тела выразительнее всего?

- а) ступни;
- б) ноги;
- в) руки;
- г) кисти;
- д) плечи.

6. Какая часть вашего лица наиболее выразительна, по вашему мнению? Дайте два ответа:

- а) лоб;
- б) брови;
- в) глаза;
- г) нос;
- д) губы;
- е) уголки рта.

7. Когда вы проходите мимо витрины магазина, в которой видно ваше отражение, на что в себе вы обращаете внимание в первую очередь?

- а) как на вас сидит одежда;
- б) на прическу;
- в) на походку;
- г) на осанку;
- д) ни на что.

8. Если кто-то, разговаривая или смеясь, часто прикрывает рот рукой, в вашем представлении это означает, что:

- а) ему есть что скрывать;
- б) у него некрасивые зубы;
- в) он чего-то стыдится.

9. На что вы прежде всего обращаете внимание у вашего собеседника?

- а) на глаза;
- б) на рот;
- в) на руки;
- г) на позу.

10. Если ваш собеседник, разговаривая с вами, отводит глаза, это для вас признак:

- а) нечестности;
- б) неуверенности в себе;
- в) собранности.

11. Можно ли по внешнему виду узнать типичного преступника?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

12. Мужчина заговаривает с женщиной. Он это делает потому, что:

- а) первый шаг всегда делают именно мужчины;

- б) женщина неосознанно дает понять, что хотела бы, чтобы с ней заговорили;
- в) он достаточно мужественен для того, чтобы рискнуть получить от ворот поворот.

13. У вас создалось впечатление, что слова человека не соответствуют тем «сигналам», которые можно уловить из его мимики и жестов. Чему вы больше поверите?

- а) словам;
- б) «сигналам»;
- в) он вообще вызовет у вас подозрение.

14. Поп-звезды представляют публике «жесты», имеющие однозначно эротический характер. Что, по-вашему, за этим кроется?

- а) просто фиглярство;
- б) они «заводят» публику;
- в) это выражение их собственного настроения.

15. Вы смотрите в одиночестве страшную детективную киноленту. Что с вами происходит?

- а) я смотрю совершенно спокойно;
- б) я реагирую на происходящее каждой клеточкой своего существа;
- в) закрываю глаза при особо страшных сценах.

16. Можно ли контролировать свою мимику?

- а) да;
- б) нет;
- в) только отдельные ее элементы.

17. При интенсивном флирте вы «изъясняетесь» преимущественно:

- а) глазами;
- б) руками;
- в) словами.

18. Считаете ли вы, что большинство наших жестов...

- а) «подсмотрены» у кого-то и заучены;
- б) передаются из поколения в поколение;
- в) заложены в нас от природы.

19. Если у человека борода, для вас это признак:

- а) мужественности;
- б) того, что человек хочет скрыть черты своего лица;
- в) того, что этот тип слишком ленив, чтобы бриться.

20. Многие люди утверждают, что правая и левая стороны лица у них отличаются друг от друга. Вы согласны с этим?

- а) да;
- б) нет;
- в) только у пожилых людей.

Обработка результатов: посчитайте сумму набранных баллов в соответствии с ключом:

- 1. а – 2, б – 4, в – 3
- 2. а – 1, б – 3, в – 0
- 3. а – 4, б – 4, в – 3, г – 2, д – 4

4. а – 0, б – 0, в – 1, г – 1, д – 0, е – 1
5. а – 1, б – 2, в – 3, г – 4, д – 2
6. а – 2, б – 1, в – 3, г – 2, д – 3, е – 2
7. а – 1, б – 3, в – 3, г – 2, д – 0
8. а – 3, б – 1, в – 1
9. а – 3, б – 2, в – 2, г – 1
10. а – 3, б – 2, в – 1
11. а – 0, б – 3, в – 1
12. а – 1, б – 4, в – 2
13. а – 0, б – 4, в – 3
14. а – 4, б – 2, в – 0
15. а – 4, б – 0, в – 1
16. а – 0, б – 2, в – 1
17. а – 3, б – 4, в – 1
18. а – 2, б – 4, в – 0
19. а – 3, б – 2, в – 1
20. а – 4, б – 0, в – 2

77-56 баллов – у вас отличная интуиция, вы обладаете способностью понимать других людей, у вас есть наблюдательность и чутье. Но вы слишком сильно полагаетесь в своих суждениях на эти качества, слова имеют для вас второстепенное значение. Ваши «приговоры» слишком поспешны, и в этом кроется опасность. Делайте на это поправку, и у вас есть все шансы научиться прекрасно разбираться в людях. А ведь это важно и на работе, и в личной жизни, согласны?

55-34 баллов – вам доставляет определенное удовольствие наблюдать за другими людьми, и вы неплохо интерпретируете их мимику и жесты. Но вы еще совсем не умеете использовать эту информацию в реальной жизни, например для того, чтобы правильно строить свои отношения с окружающими. Вы склонны буквально воспринимать сказанные вам слова и руководствоваться ими.

33-11 баллов – язык мимики и жестов для вас – китайская грамота. Вам необыкновенно трудно правильно оценивать людей. И не потому, что вы на это не способны, просто вы не придаете этому значения. Постарайтесь намеренно фиксировать внимание на жестах окружающих вас людей, тренируйте наблюдательность.

Задание 2. Решите ситуационные задачи

Объясните следующие примеры межкультурных и индивидуальных различий использования невербальных средств коммуникации.

Задача 1. Японцы садятся довольно близко друг к другу и чаще используют контактный взгляд, чем американцы; их не раздражает необходимость соприкасаться рукавами, локтями, коленями; американцы считают, что азиаты «фамильярны» и чрезмерно «давят», а азиаты считают американцев «слишком холодными и официальными».

Задача 2. А. Пиз наблюдал на одной из конференций, что, когда встречались и беседовали два американца, они стояли на расстоянии около метра друг от друга и сохраняли эту дистанцию в течение всего разговора; когда же разговаривали японец и американец, они медленно передвигались по комнате: японец наступал, а американец отодвигался.

Задача 3. Молодая пара, только что эмигрировавшая в Чикаго из Дании, была приглашена в местный американский клуб. Через несколько недель после того, как их приняли в клуб, женщины стали жаловаться, что они чувствуют себя неуютно в обществе этого датчанина, поскольку он «пристает к ним». Мужчины же этого клуба почувствовали, что якобы датчанка своим поведением намекала, что она для них вполне доступна в сексуальном отношении.

Задача 4. Политический деятель выступает с предвыборной программой. Потрясая указательным пальцем над головами слушателей, он говорит: «Я искренне стремлюсь к диалогу, стараюсь учитывать мнение всех слоев общества...» Делая плавные, округлые жесты обеими руками, он заверяет всех, что у него есть четкая, обдуманная программа.

Задание 3. Пройдите тест по теме «Невербальные средства общения»

1. Язык жестов, мимики и телодвижений человека называется

- a) эспиранто
- b) боди лэнгвидж
- c) бейсик

2. Признанным знатоком и основателем исследований языка телодвижений является

- a) Зигмунд Фрейд
- b) Аллан Пиз
- c) Лев Выгодский

3. В процессе взаимодействия за счет невербальных средств осуществляется

- a) от 20 до 30 % коммуникации
- b) от 60 до 80 % коммуникации
- c) от 70 до 90 % коммуникации

4. Особенностью языка телодвижений является

- a) его проявление обусловлено импульсами подсознания
- b) его невозможно подделать
- c) все вышеперечисленное

5. Способность улыбаться

- a) приобретенная
- b) врожденная
- c) культурно обусловленная

6. Отсутствие видимых мимических изменений

- a) амимия
- b) анемия
- c) афония

7. Совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения

- a) кинесика
- b) проксемика
- c) окулесика

8. Поведенческие аспекты глаз и использование взгляда в качестве способа невербальной коммуникации

- a) кинесика
- b) проксемика
- c) окулесика

9. Исследует пространственные условия общения — расположение собеседников в момент их контакта

- a) кинесика
- b) проксемика
- c) окулесика

10. Правила интерпритации невербальных средств коммуникации

- a) нельзя выделить один жест и рассматривать его изолированно от других жестов и обстоятельств
- b) один жест может иметь несколько различных значений
- c) необходимо учитывать контекст, в котором эти жесты используются
- d) все вышеперечисленное

11. Соотнесите название и назначение зон общения

- 1. Интимная зона
- 2. Личная зона
- 3. Социальная зона
- 4. Публичная зона
- a) Выступление перед аудиторией
- b) Общение с самыми близкими людьми
- c) Общение со знакомыми
- d) Общение с чужими людьми

7. Основные формы делового общения

План:

- 1. Понятие делового общения, критерии особенностей его форм
- 2. Общая характеристика форм делового общения

1. Понятие делового общения, критерии особенностей его форм

Деловое общение — это форма коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового

этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов. Субъекты, которые принимают участие в профессиональном коммуникационном взаимодействии, соблюдают официальный стиль общения и направлены на получение результата, вследствие решения поставленных заданий, и достижение установленных целей.

Общепринятыми формами делового общения на любых предприятиях являются деловые беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции, разнообразные деловые встречи.

Специфическими жанрами деловой коммуникации можно считать спор, дискуссию, полемику, дебаты, прения, которые зачастую являются составляющими таких форм делового общения, как совещания, собрания и конференции, а могут иметь и самостоятельное значение.

Особенности каждой формы делового общения включают следующие критерии:

- цель проведения (зачем?);
- контингент участников (кто? с кем? для кого?);
- регламент (как долго?);
- коммуникативные средства реализации намерений (как?);
- организация пространственной среды (где?);
- ожидаемый результат (какой? что "на выходе"?).

2. Общая характеристика форм делового общения

Деловая беседа

В деловом общении выделяется самостоятельное понятие «деловая беседа».

Под деловой беседой понимается и служебное совещание, и деловой разговор, и устный контакт между работниками, выполняющими одно задание. Целью деловой беседы является убеждение партнера, собеседника в принятии конкретных предложений. В ходе деловой беседы происходит обмен информацией между специалистами, занимающимися одной проблемой, поиск новых решений, координация работ, поддержание контактов.

Как правило, деловые беседы планируются заранее. В процессе подготовки определяется предмет беседы, круг вопросов, который целесообразно обсудить, основные намерения, которые необходимо осуществить. При проведении бесед зачастую используются разнообразные документы и материалы, их также нужно заранее подготовить. Особое внимание следует уделить отработке хода беседы: продумать вопросы, которые необходимо задать собеседнику; определить желаемый конечный результат; установить регламент и место проведения беседы; определить ее стратегию и тактику.

Деловая беседа по телефону

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона, а

жизнь менеджера тем более.

Значение телефонного общения трудно переоценить, так как это самый простой способ установления контакта. Умение деловых людей вести телефонную коммуникацию влияет на их личный авторитет и на репутацию фирмы, организации, которую они представляют.

Искусство ведения менеджером телефонных переговоров состоит в том, чтобы, кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. Существуют правила успешного проведения телефонного разговора, в основе которых присутствуют:

- компетентность;
- доброжелательность;
- владение приемами ведения беседы;
- стремление оперативно и эффективно решить проблему и оказать помощь в ее решении.

Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор менеджера велся в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Во время телефонного разговора менеджеру необходимо создать атмосферу взаимного доверия.

Как показывает анализ, в телефонном разговоре 30-40% занимают повторения слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова. Следовательно, к телефонному разговору менеджеру нужно тщательно подготовиться: 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 менеджер решил набрать номер, ему следует точно определить цель разговора и свою тактику его проведения.

Помимо этого, ему необходимо составить план беседы, записать вопросы, которые он хочет решить, или сведения, которые хочет получить, продумать порядок постановки вопросов.

При подготовке к деловой беседе по телефону менеджеру необходимо постараться ответить на следующие вопросы:

- какую главную цель он ставит перед собой в предстоящем телефонном разговоре
- может ли он вообще обойтись без этого разговора;
- готов ли к обсуждению предлагаемой темы собеседник;
- уверен ли менеджер в благополучном исходе разговора;
- какие вопросы он должен задать;
- какие вопросы может задать ему собеседник;
- какой исход переговоров устроит (не устроит) его и его собеседника;
- какие приемы воздействия на собеседника он может использовать во время разговора;
- как он будет себя вести, если его собеседник решительно возразит, перейдет на повышенный тон, не отреагирует на его доводы, проявит недоверие к его словам и информации.

Деловое совещание

Одним из организующих моментов делового совещания является правильно составленная повестка совещания. Это, как правило, письменный документ, рассылаемый заранее участникам и содержащий следующую информацию:

- тема совещания;
- цель совещания;
- перечень обсуждаемых вопросов;
- время начала и окончания совещания;
- место, где оно будет проходить;
- фамилии и должности докладчиков, выступающих по основной информации людей и ответственных за подготовку вопросов;
- время, отведенное на каждый вопрос;
- место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу.

Когда участники совещания информированы заранее о предмете обсуждения, тогда они могут не только предварительно ознакомиться с материалами, но и продумать конструктивные предложения по решению проблем. В тех случаях, когда люди не информированы, на совещаниях высказывают мнения, точки зрения, что провоцирует дискуссию и не способствует принятию эффективного решения. Целесообразно проводить деловые совещания в определенный день недели (за исключением внеплановых, экстренных заседаний), желательно в конце рабочего дня или во второй его половине.

Руководителю делового совещания важно:

- начать его вовремя;
- сообщить о регламенте;
- согласовать правила работы, уточнить повестку дня;
- назначить ответственного за регламент и протокол;
- предупредить о "снятии" выступлений не по существу вопроса, например, эмоциональные оценки людей и событий, мнения вместо конструктивных предложений, сообщение по поводу и т.п.;
- если используется критика, то требовать ее конструктивности: называть конкретные факты и их причины, не переходить на личность, а высказываться по поводу действий и ошибок, предлагать пути решения проблемы, устранения просчета, недостатка;
- жестко вести совещание по пути к намеченным целям, для этого обеспечить отдачу от каждого участника и придать конструктивный характер обсуждению в целом;
- регулировать направленность и деловитость выступлений, для этого следует не допускать затягивания выступлений, стимулируя конкретность, наличие содержательного анализа, реальных предложений, решений, идей;
- соблюдать корректность дискуссии;

- использовать разнообразные приемы для активизации внимания участников совещания;
- подводя итоги совещания, обобщить все сказанное, сформулировать выводы, определить задачи на будущее;
- завершить точно в назначенное время.

Деловая дискуссия

Деловая дискуссия – это обмен мнениями по вопросу в соответствии с более или менее определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных ее участников. Многие деловые собрания и совещания также проводятся в виде дискуссий. При массовой дискуссии все участники, за исключением председателя, находятся в равном положении. Специально подготовленные докладчики не назначаются, в то же время все присутствуют не только в качестве слушателей. Специальный вопрос обсуждается в определенном порядке, обычно в соответствии со строгим регламентом и под председательством должностного лица.

Деловой спор как вид коммуникации широко применяется при обсуждении разногласий, в ситуации отсутствия единого мнения по обсуждаемому вопросу. Особенностью спора является не доказательство истинности собственного тезиса, а словесное состязание, при котором каждый отстаивает свою точку зрения по тому или иному спорному вопросу. На практике зачастую споры ведутся в неупорядоченных, неорганизованных формах, а также при несоблюдении общепринятых правил и принципов.

Публичное выступление

Публичное выступление – это выступление перед аудиторией, изложение какой-либо информации, возможно, с показом наглядного материала, с определенной целью.

Цели публичного выступления могут быть самыми разными: проинформировать, объяснить, заинтересовать, убедить, переубедить, побудить к действию или воодушевить.

В зависимости от цели подразделяются и виды речей: информационные (повествовательные, описательные, объяснительные), агитационные (воодушевляющие, убеждающие, побуждающие к действию) и развлекательные.

Деловая переписка - обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи информации.

Вопросы и задания для самоподготовки:

1. Понятие «деловое общение»
2. Критерии особенностей форм делового общения
3. Классифицируйте формы делового общения

Задание 1. Заполните таблицу

№	Форма делового общения	Краткая характеристика
1.	Деловая беседа	
2.	Деловая беседа по телефону	
3.	Деловое совещание	
4.	Деловая дискуссия	
5.	Деловой спор	
6.	Публичное выступление	
7.	Деловая переписка	

Задание 2. Составьте примерный телефонный разговор (на выбор) секретаря фирмы и клиента; руководителя организации и партнера по бизнесу.

Задание 3. Пройдите тест по теме «Основные формы делового общения»

1. Форма коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов.

- а) деловое общение
- б) личное общение
- с) все вышеперечисленное

2. Формы делового общения

- а) свидание
- б) совещание
- с) дискуссия
- д) все вышеперечисленное

3. К деловой беседе можно отнести:

- а) разговор в поезде между пассажирами;
- б) беседу при приеме на работу;
- с) разговор между супругами.

4. Обмен мнениями по вопросу в соответствии с более или менее определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных ее участников

- а) деловая дискуссия
- б) деловые переговоры
- с) публичное выступление

5. Вид коммуникации широко применяется при обсуждении разногласий, в ситуации отсутствия единого мнения по обсуждаемому вопросу.

- а) деловая беседа

- b) совещание
- c) деловой спор

6. Выступление перед аудиторией, изложение какой-либо информации, возможно, с показом наглядного материала, с определенной целью.

- a) деловая дискуссия
- b) публичное выступление
- c) деловой спор

8. Деловая беседа

План:

1. Деловая беседа как форма межличностного общения
2. Подготовка к деловой беседе
3. Структура деловой беседы

1. Деловая беседа как форма межличностного общения

Деловая беседа – это форма межличностного общения обмен взглядами, точками зрения, информацией, мнениями, направленными на решение проблемы.

Одна из главных задач деловой беседы – убедить партнера принять конкретные предложения.

Преимущество деловых бесед перед иными видами речевого общения заключается:

- в быстроте реакции на реплики собеседников, помогающей получению нужного результата;
- в увеличении информированности администратора с помощью учета, контроля и мониторинга точек зрения, суждений, мыслей, доводов и скептических высказываний, услышанных во время собеседования;
- в целесообразности гибкой разумной совокупности методов исследования обсуждаемой темы, являющейся следствием решения проблемы и притязаний всех сторон.

В деловых беседах рассматриваются вопросы устройства на работу и увольнения с работы, совершаются сделки купли-продажи, заключаются договоры о сотрудничестве и оказании услуг и пр.

По характеру обсуждаемых вопросов различают следующие ***виды деловых бесед:***

- кадровые (прием на работу, увольнение с работы, перемещения по должности);
- дисциплинарные (связанные с нарушением трудовой дисциплины, уклонением от служебных обязанностей и т.п.);
- организационные (определяющие технологию выполнения

задания);

- творческие (посвященные выработке концепции того или иного проекта;

- деловые беседы во время приема посетителей.

Деловые индивидуальные беседы делятся на две группы:

- беседы свободные и целенаправленные с двусторонним обменом информацией, проходящие без специальной подготовки (с учетом или без учета времени).

- беседы, специально подготовленные и строго регламентированные.

Основные функции деловой беседы:

- взаимное общение работников из одной сферы;
- совместный поиск, выдвижение, оперативная разработка рабочих идей и замыслов;

- поддержание деловых контактов;

- стимулирование деловой активности;

- контроль и координация уже начатых операций.

2. Подготовка к деловой беседе

Одним из условий эффективности деловой беседы является ее тщательная предварительная подготовка. Подготовка предполагает: обоснование делового предложения, сбор и анализ информации о партнере, подготовку вопросов к партнеру, подготовку материалов и документов.

Для обоснования делового предложения необходимо подумать над следующими вопросами:

- что представляет собой фирма или организация, с представителем которой планируется проведение деловой беседы. Какие традиции и взаимоотношения в ней существуют.

- в чем суть вашего предложения?

- причины его появления?

- как связано ваше предложение с другими сторонами деятельности вашей организации?

- какие выгоды получит ваша организация от принятия вашего предложения?

- каковы минусы этого предложения для вашей организации?

Сбор и анализ информации о партнере включает:

- компетентность партнера в решении данного вопроса;

- его возраст, состояние здоровья, семейное положение, увлечения, образование, положение в организации;

- предполагаемую позицию партнера по данному вопросу;

- особенности характера партнера, его манера ведения разговора;

- жизненные установки, принципы партнера;

- потребности партнера, его опасения и надежды.

Подготовка вопросов к партнеру заключается в подборе ознакомительных вопросов типа: «Что больше всего вас не устраивает в существующем положении дела?», «На какой эффект Вы рассчитываете?», «что будет входить в круг моих обязанностей» и т.д. Вопросы к партнеру должны охватывать все стороны дела и быть при этом ясными, предельно точными и конкретными, логически непротиворечивыми и последовательными.

Подготовка материалов и документов. Предусмотренные деловой беседой документы следует подготовить заранее. При благоприятном исходе беседы можно будет сразу же закрепить достигнутую договоренность, предложив партнеру подписать документ.

Разработка стратегии ведения деловой беседы

В первую очередь следует уяснить цель делового общения. Исходя из цели, вы определяете, чего именно вы хотите добиться в результате беседы. Например, цель беседы: заинтересовать руководителя вашим предложением по реорганизации деятельности вашего структурного подразделения. Чего добиваетесь – чтобы назвал конкретный срок рассмотрения вашего предложения на производственном совещании или собрании. При этом важно предположить, какую цель может ставить партнер по деловому общению и какового результат хочет он. Необходимо заранее предусмотреть возможные результаты беседы: максимальный (предложение принято, дата рассмотрения назначена), минимальный (беседа отложена) или компромисс (партнер заявил, что рассмотрит предложение в ближайшие сроки и сообщит результат).

3. Структура деловой беседы.

1. Вступительная часть.
2. Информирование (введение в курс дела).
3. Аргументация.
4. Ответы на вопросы, нейтрализация возражений.
5. Достижение договоренности, подписание документов.
6. Заключительная часть.
7. Анализ делового разговора.

Вступительная часть необходима для знакомства и установления контакта с собеседником. Нужно заранее продумать форму самопрезентации и разработать несколько вариантов установления контактов с собеседником.

Информирование о деле или предложении производится по заранее намеченному плану и строится в соответствии с основными правилами риторики, включает последовательное изложение основного сообщения с предъявлением всех необходимых материалов и документов.

Аргументация – обоснование предложения с целью склонить к нему партнера. Продумываются доводы, очередность их подачи, способы убеждения. Полезно предусмотреть, какие возражения могут быть у партнера, и подготовиться их нейтрализовать.

Нужно продумать свое поведение в случаях, если:

- 1) собеседник полностью согласится с представленными аргументами;
- 2) сделает вид, что согласился;
- 3) никак не прореагирует;
- 4) перейдет на повышенный тон.

Ответы на вопросы, нейтрализация возражений. Чтобы вопросы собеседника не застали вас врасплох, необходимо продумать их заранее. Зная особенности характера партнера и специфику его работы, можно предположить, какие уточняющие вопросы он задаст, с чем не согласится, и подготовить исчерпывающие ответы и аргументированные возражения.

Достижение договоренности легче зафиксировать, или подготовить документы, что называется «на подпись». Фиксация договоренности не всегда возможна, но в ряде случаев она просто необходима. Следует продумать возможную устную форму закрепления договоренности. Лучше ориентироваться на максимальный результат, он должен быть всегда наготове («на языке»).

К **заключительной части** тоже нужно подготовиться, так как при любом исходе разговора следует оставить о себе хорошее впечатление, чтобы у партнера не пропало желание сотрудничать с вами сейчас или в дальнейшем. Продумайте свои последние слова в случае успеха, при неудаче, при компромиссном решении вопроса.

Результаты делового разговора полезно проанализировать. Сделать это можно, придерживаясь примерной **схемы анализа** деловой беседы.

1. Не забыли ли вы о цели деловой беседы?
2. Каков конкретный результат встречи?
3. Мог ли он быть лучшим для вас или для дела?
4. Все ли аргументы вы использовали? Что еще можно было сказать?
5. Все ли вы выяснили у партнера, что хотели?
6. Убедительно ли вы отвечали на вопросы?
7. Удачно ли парировали возражения?
8. Какова была атмосфера разговора?
9. Какую психологическую позицию занимал ваш партнер?
10. Правильную ли позицию занимали вы?
11. Удовлетворен ли встречей партнер?
12. Какое впечатление вы на него произвели?
13. Есть ли необходимость и возможность повторной встречи?

Анализируя результаты деловой беседы, не корите себя за упущения, оцените достигнутое и подумайте о возможностях для продолжения контакта. **Вопросы и задания для самоподготовки:**

1. Деловая беседа как форма межличностного общения
2. Преимущества деловых бесед перед иными видами речевого общения
3. виды деловых бесед:
4. Основные функции деловой беседы
5. Подготовка к деловой беседе
6. Структура деловой беседы

7. Анализ результатов деловой беседы

Задание 1. Вы собираетесь пойти устраиваться на работу и знаете, что нужно пройти собеседование. Как вам лучше подготовиться к этому событию? Как следует вести себя во время собеседования? Какие не следует допускать ошибки при разговоре с работодателем?

Задание 2. Пройдите тест по теме «Деловая беседа»

1. К деловым беседам можно отнести:

- а) разговор в поезде между пассажирами;
- б) беседу при приеме на работу;
- с) разговор между супругами.

2. Укажите функцию деловой беседы:

- а) контроль и координация уже начатых деловых мероприятий;
- б) совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- с) все вышеперечисленное

3. В деловых беседах рассматриваются вопросы:

- а) посвященные выработке концепции того или иного проекта;
- б) касающиеся событий в личной жизни сотрудников;
- с) касающиеся неформального межличностного общения сотрудников.

4. Одной из главных задач деловой беседы является:

- а) сохранить отношения между партнерами;
- б) создать дружескую атмосферу;
- с) убедить партнера принять конкретные предложения

5. Для обоснования делового предложения необходимо:

- а) получить одобрение руководства;
- б) аргументировать полезность предложения для организации;
- с) получить одобрение коллег.

6. Документы, в которых фиксируется достигнутая в беседе договоренность, готовятся:

- а) до начала беседы;
- б) по окончании беседы;
- с) по окончании беседы, в ходе которой достигнута договоренность.

7. Предварительная информация о партнере включает:

- а) возраст партнера, состояние его здоровья, семейное положение, увлечения, образование, положение в организации;
- б) предполагаемую позицию партнера по данному вопросу;
- с) все, перечисленное выше.

8. Доброжелательное отношение к собеседнику в заключение беседы необходимо:

- а) если достигнута договоренность с партнером;
- б) при любом исходе деловой беседы;
- с) если планируются дальнейшие контакты с деловым партнером.

9. Эффективность деловой беседы определяется критериями:

- а) достижение поставленной цели деловой беседы;
- б) доброжелательная обстановка общения;
- с) все перечисленное выше.

10. Анализ проведенной деловой беседы необходим в случаях, если:

- а) в ходе беседы возник конфликт;
- б) в любом случае, независимо от хода и результата беседы;
- с) не удалось достичь взаимопонимания.

9. Деловое совещание

План:

- 1. Деловое совещание: понятие и типы
- 2. Методики ведения совещаний
- 3. Участники совещания
- 4. Подготовка совещания

1. Деловое совещание: понятие и типы

Совещание – это форма организации делового общения коллектива (группы) с целью обмена информацией и принятия коллективного решения по актуальным для данного коллектива (группы) проблемам.

В литературе по деловому общению приводятся различные классификации совещаний по различным основаниям.

По характеру проведения они делятся на типы:

— **диктаторские** – главную роль играет руководитель; участники имеют право только задавать вопросы, но не высказывать собственного мнения; дискуссий нет;

— **автократические** – разновидность диктаторских совещаний; руководитель задает вопросы участникам и выслушивает их ответы; мнение приглашенных не обсуждается;

— **сегрегативные** – в обсуждении доклада принимают участие только те, кто назначен руководителем; лица, лишенные возможности высказаться, порой испытывают недоброжелательное отношение к председательствующему и к тем, кому было предоставлено слово;

— **дискуссионные** – происходит свободный обмен мнениями, выработка общего решения, которое может приниматься голосованием с последующим утверждением руководителем; после такого обсуждения руководитель нередко принимает решение без голосования с учетом высказанных мнений и предложений;

— **свободные** – проводятся без четко сформулированной повестки дня; представляют собой свободный обмен мнениями; принятие решения не обязательно.

В зависимости от управленческих функций различают:

— **совещания по планированию** – обсуждаются вопросы целеполагания, стратегии и тактики деятельности организации;

— **совещания по мотивации труда** – рассматриваются проблемы качества деятельности сотрудников, вопросы удовлетворенности персонала, моральное и материальное стимулирование, вопросы дисциплины и т.д.;

— **совещания по внутривидовой координации организации** – обсуждаются вопросы структурирования организации, координация действий структурных подразделений; проблемы делегирования полномочий, вопросы ответственности и т.п.;

— **совещания по контролю за деятельностью работников** – обсуждаются результаты той или иной деятельности, достижение поставленных целей, проблемы срывов заданий, вопросы коррекции планов и задач в соответствии со сложившимися обстоятельствами и пр.

По тематике совещания бывают

— **административные** (рассматриваются вопросы управления),

— **технические** (обсуждаются технические, хозяйственные проблемы),

— **кадровые** (проводятся для обсуждения проблем расстановки, набора и увольнения кадров),

— **финансовые** (обсуждаются вопросы финансово-экономической деятельности организации),

— **технологические** (проводятся с целью рассмотрения проблем, связанных с технологическими процессами).

В зависимости от цели и задач совещания подразделяются на:

— **проблемное** – проводится для того, чтобы найти оптимальное решение обсуждаемых вопросов. На таком совещании, как правило, слушается доклад (либо представляется участникам совещания заранее в письменном виде), задаются вопросы по докладу, проводится его обсуждение и вырабатывается общее решение, которое принимается голосованием;

— **инструктивное совещание** – созывается с целью доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения. На этих совещаниях конкретизируются отдельные положения документа, разъясняются возникающие вопросы, назначаются сроки выполнения заданий, обсуждаются пути и средства их реализации, определяются исполнители.

— **оперативное** (диспетчерское) позволяет получить информацию снизу вверх о положении в организации.

Участники совещания докладывают руководству, как обстоят дела на местах, какие есть проблемы, что требуется для их разрешения и т.д. В последнее время руководители предпочитают собирать информацию иными методами и давать задания подчиненным, а не созывать их.

2. Подготовка совещания

Эффективность совещания во многом зависит от его предварительной

подготовки. Готовясь к совещанию, ответьте для себя на следующие вопросы: что будете обсуждать? Какие могут возникнуть проблемы? Каковы ваши варианты их решения? Что может способствовать успеху совещания? Каковы возможные варианты компромиссов? Нельзя ли разбить проблемы на более мелкие? Нельзя ли в случае осложнения решить часть проблемы?

Подготовка совещания предполагает следующие действия:

- 1) Определение темы и цели совещания (совещание собирается только в тех случаях, когда оно действительно необходимо, когда иные пути решения проблемы являются менее эффективными).
- 2) Формулирование повестки дня (включаются вопросы, определенные темой совещания и отвечающие его цели).
- 3) Назначение даты и времени проведения (определяются заранее, участники оповещаются заблаговременно).
- 4) Формирование состава участников (приглашаются сотрудники, располагающие соответствующими специальными знаниями, имеющие опыт решения аналогичных проблем, исполняющие решение, ответственные за надлежащее исполнение, без которых нельзя обойтись).
- 5) Назначение основного докладчика (докладчиков).
- 6) Подготовка помещения.
- 7) Организация пространственной среды (рассаживание участников таким образом, чтобы они хорошо видели друг друга, имели возможность наблюдать за мимикой, жестами и движениями партнеров).
- 8) Определение длительности совещания (оптимальное – 40 мин – 1 час).
- 9) Разработка необходимых документов.
- 10) Проверка технических средств и т.п.

3. Методики ведения совещаний

Методика номинальной группы. Используется в группах, в которых имеются индивидуумы с сильным характером, подавляющие других участников совещания, или люди, которые отвлекают всех посторонними разговорами. Методика состоит из трех стадий анализа возможных причин существования проблемы.

На первой стадии участников совещания просят не разговаривать друг с другом. Отсюда термин “номинальная группа”, вербальное взаимодействие между ее членами не разрешено. Каждого присутствующего просят написать на листе бумаги основные, с его точки зрения. Причины рассматриваемой проблемы.

На второй стадии руководитель просит каждого по очереди прочесть вслух одну из записанных им причин и записывает их на доке. Затем руководитель предлагает участникам привести вторую причину и т.д., пока не будут опрошены все члены группы. Каждая предлагаемая причина заносится в список руководителя только один раз.

На заключительной стадии все внимательно изучают составленный

перечень причин и ранжируют причины проблемы. Когда их много закрытым ранжированием выбирают пять самых веских. Итоги ранжирования собирают и обобщают. Такая процедура способствует выявлению самых серьезных причин обсуждаемой проблемы.

Основные преимущества номинальной группы состоят в следующем:

- каждый член группы имеет равное влияние;
- идеи всеми воспринимаются с большей готовностью;
- члены группы могут быть незнакомы, что не влияет на продуктивность их работы;
- исключается предварительная оценка идей;
- более эффективно используется время.

Мозговой штурм (брейн-сторминг). Это широко известная методика для выработки творческих решений по широкому кругу проблем.

Руководитель группы ставит проблему. Помощники записывают предлагаемые решения сразу, как только их высказывают члены группы. Главная задача – получить как можно больше оригинальных решений. Участников поощряют проявлять творческий подход независимо от степени выполнимости их предложений. Никому не разрешено объяснять, оценивать или критиковать высказанные предложения. Активное высказывание предложений продолжается до тех пор, пока идеи не иссякнут. Теоретическое обоснование методики строится на том, что при творчестве одна идея влечет за собой другую. Только когда творческий потенциал участников истощится, разрешается оценивать высказанные предложения.

Основные правила мозгового штурма:

- 1) Свободное высказывание идей независимо от их качества. Акцент делается на количество предложений.
- 2) Критиковать и оценивать идеи нельзя до тех пор, пока все не выскажутся.
- 3) При обсуждении идей оценка и критика должна быть направлена на идею, а не на ее автора.
- 4) Поощряется усовершенствование и комбинирование ранее высказанных предложений.

Методика ответов по кругу. Данная методика – идеальный способ предоставить возможность высказаться каждому участнику. Объявив вопрос, руководитель предлагает прокомментировать его одному из участников группы. Затем просит сделать то же самое его соседа справа (или слева) и далее по кругу, пока не выскажется каждый. Основной принцип – никто не получит слова во второй раз, пока все не выступят. Как и процедура номинальной группы, это методика позволяет избежать давления участников с сильным характером.

Методика группового мышления. Нередко в малых группах наблюдается тенденция к групповому мышлению (огруппление мышления). Оно проявляется тогда, когда согласие становится важнее всего. При групповом мышлении может быть принято решение, которое не принял бы

ни один из ее членов, взятый в отдельности. Групповое мышление губит критическое мышление – основную причину, ради которой имеет смысл собирать группу.

В группах, принимающих решения, можно использовать прием, предотвращающий групповое мышление. Во-первых, руководитель должен обязать каждого члена своей группы высказываться критически. Таким образом, сомнения и возражения будут выявлены и обсуждены открыто, а не подавлены. Руководитель должен подать личный пример восприятия критики своих идей и мыслей. Часто это не просто, и этому надо учиться.

Во-вторых, при определении задачи руководитель должен быть беспристрастным; ему не следует указывать, какому из нескольких вариантов решения проблемы он отдает предпочтение.

В-третьих, членам группы целесообразно обратиться за советом и рекомендацией к заслуживающим доверие сотрудникам своих подразделений внутри организации. Это позволит увидеть проблему со стороны свежим взглядом.

4. Участники совещания

Поведение участников совещания.

Эффективность совещания во многом зависит от соблюдения его участниками определенных поведенческих норм. Назовем некоторые из них.

1. На совещания нельзя опаздывать. Рекомендуется приходить чуть раньше назначенного времени.

2. Следует удерживаться от замечаний и высказываний, не имеющих отношение к повестке дня.

3. Необходимо своевременно предъявлять имеющуюся информацию. Она должна быть точной, объективной и уместной.

4. Важно критически оценивать поступающую в ходе обсуждения информацию; тщательно взвешивать приводимые доводы; отмечать плюсы и минусы выдвинутых положений.

5. Желательно посмотреть на вопрос с позиции говорящего; уметь понять сказанное между «строк»; понять отношение к проблеме других участников совещания.

6. Нельзя увлекаться обсуждением вопроса со своим соседом.

7. Нужно увязывать свои мысли и комментарии с развитием мысли группы, т.е. научиться осмысливать проблему совместно с группой.

8. Целесообразно стимулировать высказывания коллег, позитивно поддерживать их предложения.

Наиболее характерные **типы участников совещания** и советы относительно того, как с ними обходиться.

— Спорщик. Сохранять невозмутимость и деловитость. Предоставить группе опровергать его утверждения.

— Позитивист. Предложить ему подведение итогов, сознательно втянуть в дискуссию.

- Всезнайка. Призвать группу занять определенную позицию по отношению к его утверждениям.
- Словоохотливый. Тактично прерывать. Напоминать о регламенте.
- Застенчивый. Ставить несложные вопросы, укрепить уверенность в своих силах.
- Негативист. Признать, оценить его знания и опыт.
- Не проявляющий интереса. Спросить его о работе. Привести примеры из его сферы интересов.
- Крупная шишка. Избегать прямой критики, применять тактику «да, но...».
- Распрашивающий. Адресовать его вопросы группе.

Вопросы и задания для самоподготовки:

1. Совещание как форма делового общения
2. Классификация типов деловых совещаний
3. Методики ведения совещаний
4. Подготовка совещания
5. Участники совещания

Задание 1. Пройдите тест по теме «Деловое совещание»

1. Определите тип совещания, на котором обсуждаются вопросы целеполагания, стратегии и тактики деятельности организации:

- a) совещания по внутривидовой координации организации;
- b) совещания по планированию;
- c) совещания по контролю за деятельностью работников.

2. Укажите, к какому типу относится совещание, на котором рассматриваются вопросы морального и материального стимулирования сотрудников:

- a) совещания по контролю за деятельностью работников;
- b) совещания по планированию;
- c) совещания по мотивации труда.

3. Дата и время проведения совещания:

- a) определяются в соответствии с возникшей необходимостью, участники оповещаются в день проведения совещания;
- b) определяются заранее, участники оповещаются заблаговременно;
- c) все вышеперечисленное

4. Рассаживание участников совещания осуществляется таким образом, чтобы они:

- a) хорошо видели руководителя совещания;
- b) хорошо видели друг друга, имели возможность наблюдать за мимикой, жестами и движениями партнеров;
- c) имели возможность записывать вопросы и решения совещания.

5. Укажите наиболее оптимальную длительность совещания:

- a) 1,5 часа;
- b) 2 часа;
- c) 45 минут.

6. Какая из задач руководителя совещания является наиболее важной, по вашему мнению?

- a) регулировать ход обсуждаемых вопросов, включенных в повестку дня;
- b) прерывать выступления не по существу;
- c) требовать соблюдения регламента.

7. Методика номинальной группы используется в группах, в которых:

- a) имеются индивидуумы с сильным характером, подавляющие других участников совещания;
- b) имеются участники разного возраста;
- c) имеются участники разного пола.

8. Использование методики «мозговой штурм» исключает:

- a) внесение нескольких идей одним участником;
- b) внесение идей руководителем совещания;
- c) предварительную оценку и оценивание высказываемых идей.

9. Наибольшая возможность высказаться каждому участнику совещания предоставляется при использовании:

- a) Мозгового штурма;
- b) Методики ответов по кругу;
- c) Методики номинальной группы

10. Совещания, на которых происходит свободный обмен мнениями, выработка общего решения, относятся к:

- a) сегрегативным
- b) диктаторским;
- c) дискуссионным.

10. Деловые переговоры

План:

1. Переговоры – как процесс взаимодействия
2. Модели проведения переговоров
3. Стили ведения переговоров
4. Национальные стили ведения деловых переговоров

1. Переговоры – как процесс взаимодействия

Переговоры - процесс взаимодействия в целях достижения целей, наиболее цивилизованный способ разрешения конфликтов. Переговоры как образ мышления и жизни характерны не для всех социально - экономических и политических моделей общества. Если говорить о государственных

масштабах, то переговоры исключительная форма взаимодействия на высоких межгосударственных уровнях. Во внутригосударственных структурах как правило, действуют приказы.

Хорошая подготовка к переговорам - залог их успешного проведения. Необходимо знать всё о будущих переговорах, прежде чем их начинать.

Здесь следует отметить два момента:

- 1) изучения предмета переговоров;
- 2) сбор информации о человеке, с которым вы будете вести переговоры.

Очень важный вопрос – выбор места для переговоров. Так, например, если обе стороны настаивают, что переговоры должны проводиться только в их офисе - сдвинуть процесс будет практически невозможно. Собственный кабинет наиболее предпочтительное место для переговоров: все необходимые данные у вас под рукой, всегда будут находиться рядом.

Размещение в пространстве участников переговоров – это также вопрос исключительной важности. Здесь можно рассмотреть следующие рекомендации: садитесь рядом с тем человеком, с которым вам будет необходимо консультироваться, не привлекая внимания прочих участников переговоров; садитесь напротив того человека, с которым во время переговоров у вас будет наибольшее противостояние; продумайте, кто должен сидеть ближе всего к входной двери, кто вблизи телефона; если вы ведёте переговоры в кабинете своего начальника, вам не следует садиться на то место, в котором вы обычно выслушиваете его указания; участники переговоров должны слышать друг друга, место не должно быть шумным.

Стадии переговорного процесса:

- 1) стадия анализа (оценки ситуации);
- 2) стадия планирования процедуры переговоров;
- 3) стадия дискуссии, когда стороны общаются друг с другом, стремясь к соглашению;
- 4) анализ результатов переговоров и выполнение достигнутых договоренностей.

Перед началом переговоров всегда зачитывается *повестка дня*. Это выгодный способ управления ходом переговоров. Повестка дня исключает для оппонентов возможность уклониться от обсуждения неприятного для них вопроса.

Письменная повестка дня, лежащая на столе перед каждым участником, сама по себе является законом и имеет над ними определенную власть.

Кроме того, такой план работы вносит ясность в процедуру проведения заседания. Если по какому-либо вопросу возникнут разногласия, повестка дня позволит перенести этот вопрос в конец списка и вернуться к нему позже. В переговорах, как и в жизни, необходимо устанавливать свои пределы. Пределы определяют ту максимальную жертву, на которую вы согласны пойти для достижения цели. *Установить пределы* – это значит определить ту точку, при достижении которой вы прекращаете переговоры, и

будете добиваться своих целей другим образом (минимальная заработная плата, за которую вы будете работать на своего работодателя). Умение уйти от заключения плохой сделки настолько же важно, а может быть даже более важно, чем заключить хорошую сделку.

Установив пределы необходимо их придерживаться, податливость и уступчивость очень негативно влияют на человеческие взаимоотношения. Но никогда не следует начинать переговоры с заявления о своих пределах. Такого рода заявление загоняет вас в угол.

Цель переговоров — это то, что достигается, чего стороны действительно желают получить, то, ради чего переговоры ведутся. Выбор целей - коллективный процесс (если речь идет о переговорах между организациями, предприятиями). Цели не должны быть слишком низкие, но если цели окажутся слишком высокими, неправдоподобными для данной сделки - это приведёт к провалу переговоров.

Для того чтобы мастерски проводить переговоры необходимо контролировать свои чувства. Участники переговоров должны ставить в известность друг друга, если они разгневаны чем-то, произошедшим за время переговоров. Но гнев нужно выражать спокойно, в этом случае предложение нужно начинать с местоимения "Я". Например, "Я действительно очень разозлился, потому что ...», необходимо избегать фраз, которые начинаются со слов "Вы". Например, "Вы не правы, потому что ..." В этом случае данная фраза приведёт к обострению эмоций.

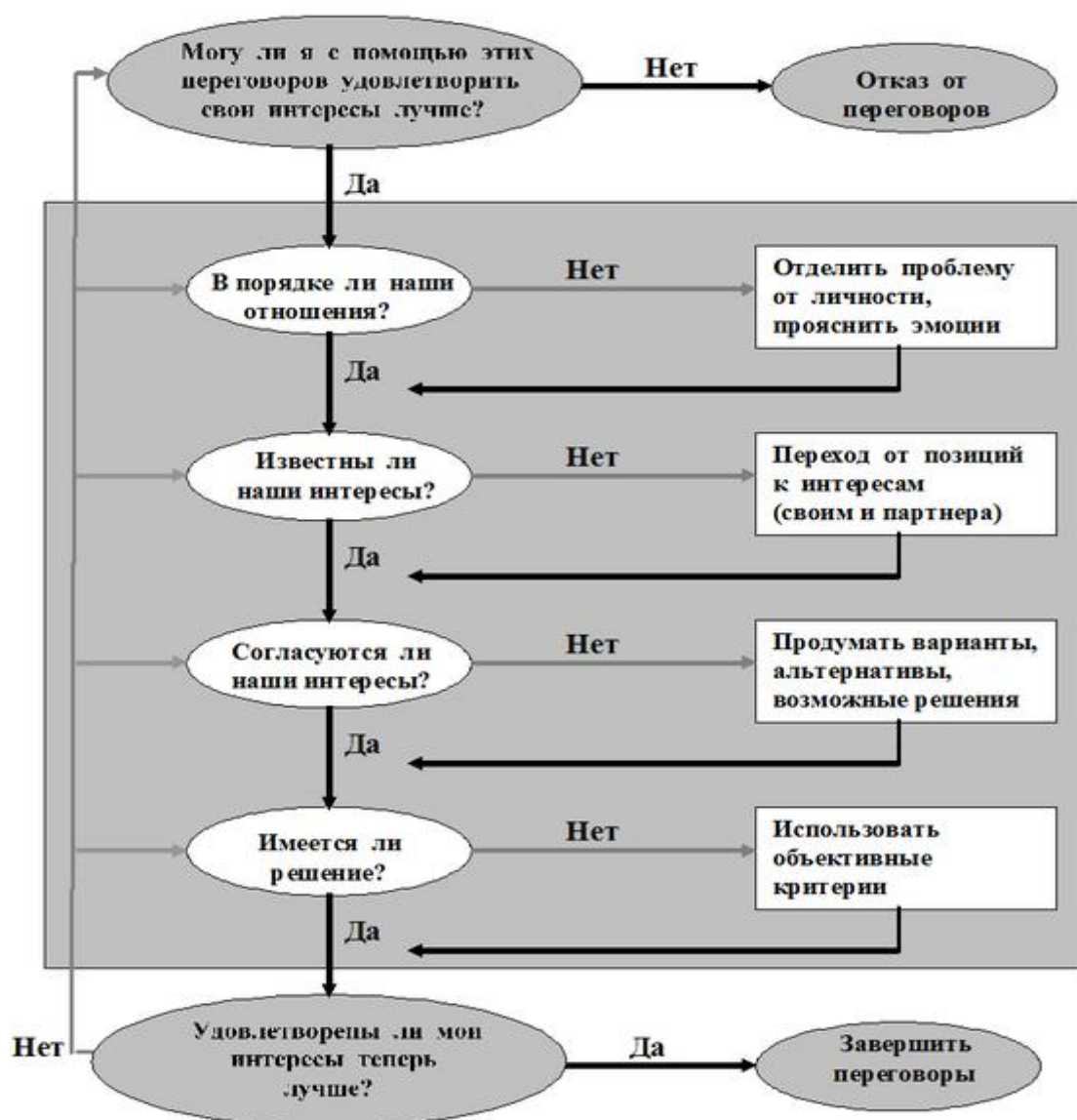


Рисунок 4 – Алгоритм проведения переговоров

На стадии анализа (оценки ситуации) и планирования следует обдумать алгоритм переговоров, который может иметь следующую структурную схему (рис. 4).

2. Модели проведения переговоров

На протяжении длительного периода господствовало представление о переговорах, как о временном перемирии в длительной войне или конфронтации. Такое понимание роли переговоров определило и соответствующие их модели, точнее, модели поведения сторон на переговорах.

Традиционно, таких моделей две (рис.5):

1. Переговоры с позиции силы.
2. Переговоры с позиции слабости.



Рисунок 5 – Модели ведения переговоров

Переговоры с позиции силы имеют следующие особенности: участники переговоров – противники, цель переговоров – победа, средства – любые, то есть для достижения поставленной цели «любые средства хороши». Средствами достижения цели могут выступить:

- 1) требование уступок в качестве условий для продолжения отношений;
- 2) выражение недоверия;
- 3) неприкрытые угрозы;
- 4) поиск единственного решения - того, которое вынуждена будет принять противоположная сторона.

Переговоры с позиции слабости характеризуются следующими признаками: участники переговоров – друзья, цель переговоров – соглашение, средства – те, которые обеспечивают соглашение:

- 1) сознательные уступки для сохранения и развития хороших отношений и достижения соглашения;
- 2) раскрытие своих намерений;
- 3) способность поддаваться давлению;
- 4) поиск единственного решения - того, которое охотно примет другая сторона.

Естественно возникает вопрос - какая из этих 2-х моделей поведения на переговорах лучше?

О любом методе переговоров достаточно верно можно судить с помощью 3-х критериев: он должен вести к разумному соглашению, если

такое возможно, он должен быть эффективным, он должен улучшить, или, по крайней мере, не испортить отношения между сторонами.

Разумным соглашением считается такое, которое максимально отвечает законным интересам каждой из сторон, справедливо регулирует сталкивающиеся интересы, является долговременным, принимает во внимание интересы общества.

Естественно возникает вопрос - какая из этих 2-х моделей поведения на переговорах лучше?

О любом методе переговоров достаточно верно можно судить с помощью 3-х критериев: он должен вести к разумному соглашению, если такое возможно, он должен быть эффективным, он должен улучшить, или, по крайней мере, не испортить отношения между сторонами.

Разумным соглашением считается такое, которое максимально отвечает законным интересам каждой из сторон, справедливо регулирует сталкивающиеся интересы, является долговременным, принимает во внимание интересы общества.

Эффективными считаются переговоры, которые:

- 1) ведут к разумному соглашению;
- 2) проходят в кратчайшие или оптимальные сроки.

Понятно, что и переговоры с позиции силы и переговоры с позиции слабости неэффективны, хотя в разной степени. Возникает вопрос: существует ли эффективная технология ведения переговоров? Да, и называется она *метод принципиальных переговоров*.

Метод принципиальных переговоров основывается на поиске такого результата решения проблемы, который был бы обоснован справедливыми нормами независимо от воли и желания каждой из сторон.

Метод принципиальных переговоров означает жесткий подход к рассмотрению существа дела, но предусматривает мягкий подход к отношениям между участниками переговоров. При его использовании не прибегают к трюкам и не «давят» своим положением в обществе. Принципиальные переговоры показывают, как достичь того, что вам полагается по праву, и остаться при этом в рамках приличий.

Четыре элемента метода принципиальных переговоров

Люди. Разграничивайте участников и предмет переговоров. Если не прямо, то косвенно участники переговоров должны прийти к пониманию того, что им необходимо работать бок о бок и разбираться с проблемой, а не друг с другом.

Интересы. Сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях. Цель переговоров состоит не в отсутствии высказанных позиций, а в удовлетворении подспудных интересов. Принятая на переговорах позиция часто скрывает то, чего вы в действительности хотите, и мешает достижению ваших истинных интересов.

Варианты. Прежде чем решить, что делать, выделите круг возможностей (разработайте взаимовыгодные варианты). Успеху переговоров часто мешают дефицит времени и стремление отыскать

единственно правильное решение. Поэтому важно найти время для обдумывания широкого круга возможных решений, которые учитывали бы общие интересы и примиряли интересы несовпадающие.

Критерии. Настаивайте на том, чтобы результат основывался на какой-то объективной норме. Когда интересам участника переговоров что-либо прямо противопоставляется, он может достичь благоприятного результата, просто проявив упрямство. Однако можно противостоять такому нажиму, настаивая на том, что неуступчивость не является достаточным аргументом и что соглашение должно отображать какие-то справедливые нормы, а не зависеть от «железной» воли каждой из сторон.

3. Стили ведения переговоров

Существуют четыре основных стиля ведения переговоров: дружелюбный, жесткий, дотошный и гибкий.

Дружелюбный стиль переговоров.

Плюсы. Всегда поддержит приятную и дружественную атмосферу на переговорах. Он с интересом и удовольствием выслушивает оппонентов и искренне считает, что договор может быть взаимовыгодным. Он обязательно принимает интересы другой стороны и находит общие точки соприкосновения. Собеседник, чувствуя такое отношение, готов идти на значительные уступки. Такой сотрудник очень ценен, ведь он всегда готов помочь коллегам, общение с ним доставляет удовольствие. Он доверчивый и внимательный, поэтому принимает советы и исправляет свои ошибки, а если не хватает опыта или знаний, то в трудный момент без проблем обратится за помощью. Он открыт, терпелив и спокоен, а это очень важные качества для ведения переговоров.

Минусы. Трудно определить его цель: ему важно получить выгодное соглашение или сохранить теплые отношения с оппонентом. Даже аккуратный нажим приводит его к панике, в результате он быстро уступает, теряя нужные позиции. Если же оппонент продолжает давить, то это приводит его к полному замешательству. Итог – переговоры проиграны. Дружелюбный переговорщик не может решить конфликт и не хочет брать на себя ответственность. Он больше настроен на отношения, чем на результат переговоров.

Жесткий стиль переговоров.

Плюсы. Всегда попытается добиться желаемого, твердо и четко обозначив свои позиции. В совершенстве владеет техниками защиты от манипулирования со стороны оппонента. Настроен выиграть переговоры и заключить выгодный для себя договор. Он позиционирует себя лидером, ответственность с удовольствием берет на себя. На переговорах принимает решения и действует очень быстро. Борьба – это его стихия.

Минусы. Чрезмерное упрямство, агрессивность, давление раздражают оппонента. Нежелание учитывать чужие интересы приводит к потере доверия, отношений и возможности заключения сделки. Жесткий переговорщик больше настроен на результат, чем на сохранение отношений.

Дотошный стиль переговоров.

Плюсы. Умеет быстро предоставить цифры, факты, аргументы, детали. Он все анализирует, всегда логичный, методичный, последовательный. Очень тщательно готовится к переговорам: готовит и оценивает возможные альтернативы и риски, проверяет документы, пишет подробный план выступления. Дотошный переговорщик уверен в себе: его аналитический склад ума положительно влияет на оппонентов. Он аккуратно напоминает собеседнику о необходимости избегать голословных заявлений и вовремя просит вернуться к основной теме переговоров, к четким цифрам и фактам. Положительными качествами являются терпение и упорство.

Минусы. Холодность, чрезмерная скрупулезность, постоянное желание копаться в деталях и придираться к мелочам не нравятся оппоненту. Полное отсутствие гибкости приводит к абсолютной неготовности при навязывании оппонентом собственного плана переговоров и своих интересов. Дотошный переговорщик, к сожалению, очень упрям и не готов учитывать интересы другой стороны.

Гибкий стиль переговоров.

Плюсы. Достоинствами такого переговорщика являются только легкость и свобода в общении. Чтобы выиграть переговоры, он свободно использует разные точки зрения, легко приспосабливается к оппоненту. Этот переговорщик легко не сдается, будет приводить новые факты и аргументы.

Минусы. Назойливость и полное отсутствие подготовки к встрече. Люди такого типа нередко оказываются не честными пройдохами. Они готовы на любой обман, лишь бы заключить договор. Такой переговорщик с легкостью меняет свою точку зрения, чтобы только совершить сделку. Такое поведение заставляет оппонента сомневаться в честности партнера по переговорам.

Таблица 7 - Преимущества проведения переговоров одним человеком или командой

Преимущества, если переговоры ведет один человек	Преимущества, если переговоры ведет команда
1. Оппонент не имеет возможности адресовать вопросы самым слабым участникам вашей команды. 2. Вся ответственность лежит на одном человеке. 3. Оппоненту не удастся ослабить ваши позиции за счет разногласий между членами вашей команды. 4. Можно без затягивания, на месте принимать решения: например, стоит ли идти на уступки или принимать «жертву» со стороны делового партнера	1. В нее входят люди, сведущие в разных вопросах, что снижает вероятность ошибок. 2. Обеспечивается обмен мнениями, появляется возможность заранее планировать свои действия. 3. Команда создает более сильную оппозицию противоположной стороне. Опытный специалист по переговорам может выставлять членов своей команды в качестве предлога для получения уступок

Таблица 8 - Варианты поведения в переговорной ситуации

Вариант	Характеристика	Когда имеет смысл пользоваться
Избегание (уклонение) ориентация: «ни выигрыша, ни проигрыша»	реакция на конфликт, которая выражается в игнорировании или фактическом отрицании его наличия	– на самом деле проблемы нет; – проблема есть, но она несущественна; – это не ваша проблема; – это дело для вас не самой первой важности; – у вас нет полномочий принимать какие-либо решения; – у вас нет ресурсов: денег, времени, персонала, оборудования; – результат переговоров непредсказуем; – велика вероятность проигрыша
Приспособление ориентация: «проигрыш - выигрыш»	в случае избегания вы ничего не делаете для удовлетворения интересов оппонента. Когда же вы выбираете приспособление, то жертвуете своими интересами в обмен на доброе отношение к себе. Такое поведение может рассматриваться и как временное перемирие, после которого можно вновь начинать добиваться нужного результата	– очень хочется, чтобы все скорее закончилось; – присутствует стремление сделать жест доброй воли; – правота на стороне противника; – вашим основным интересам не угрожает опасность; – можно заслужить хорошее расположение к себе на будущее; – хорошие отношения с противоположной стороной важнее
Конкуренция ориентация: «выигрыш или проигрыш»	Это такая стратегия поведения, которая направлена на полное уничтожение одного соперника другим. К конкуренции стоит стремиться в случаях, когда ваша личная воля, или воля группы, или ресурсы достаточно сильны, преимущества именно вашего решения очевидны, имеются достаточный авторитет и полномочия и, наконец, вам нечего терять	– конкуренция способствует появлению новых полезных идей (стимулирует инновационное мышление); – конкуренция придает переговорному процессу азарт, стимулирующий участников
Компромисс (или взаимные уступки)	Здесь предполагается, что стороны в некоторой степени	– переговоры зашли в тупик; – вариант частичного удовлетворения интересов принимается обеими сторонами;

ориентация: «частичный выигрыш и частичный проигрыш»	удовлетворяют претензии друг друга. Компромисс зачастую не ведет к полному удовлетворению интересов	– стороны не пришли ни к какому решению
Сотрудничество ориентация: «выигрыш обеих сторон»	Эта позиция подразумевает, что интересы одной стороны не будут удовлетворены, если не будут удовлетворены интересы другой	– сотрудничество, безусловно, является самым гармоничным вариантом, поскольку предполагает наивысшую степень удовлетворенности интересов всех участников переговоров

4. Национальные стили ведения деловых переговоров

Американский стиль ведения переговоров. Американцы оказали значительное влияние на различные стили ведения переговоров во всем мире. Для них характерны хороший настрой на переговоры, энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытости. Они любят не слишком официальную атмосферу при ведении переговоров, ценят шутки и хорошо реагируют на них. Одновременно с этим проявляется и эгоцентризм. Часто американцы исходят из того, что их партнер должен руководствоваться теми же правилами, которым следуют и они. В результате не исключено возникновение непонимания между участниками переговоров. В целом американский стиль характеризуется достаточным профессионализмом. Редко в американской делегации можно встретить человека, некомпетентного в вопросах, по которым ведутся переговоры. При этом члены американской делегации относительно самостоятельны при принятии решений по сравнению с членами делегаций из других стран. Американцы довольно настойчиво стремятся реализовать свои цели на переговорах, любят торговаться, часто применяют пакетную тактику решения вопросов. Немаловажное значение они придают освещению переговоров в печати.

Французский стиль ведения переговоров. Французы обычно избегают официальных обсуждений вопросов один на один. Они очень стараются сохранить на переговорах свою независимость. В то же время их поведение может измениться кардинальным образом в зависимости от того, с кем они обсуждают проблемы. Члены французской делегации больше внимания уделяют предварительным договоренностям и предпочитают заранее обсудить те или иные вопросы. По сравнению с американцами, французы менее свободны и самостоятельны при принятии окончательных решений. При обсуждении конкретных вопросов французы ориентируются на логические доказательства и исходят из общих принципов. Они достаточно жестко ведут переговоры и, как правило, не имеют запасной позиции. Часто на переговорах они выбирают конфронтационный тип взаимодействия, кроме того, предпочитают использовать французский язык в качестве официального языка переговоров.

Китайский стиль ведения переговоров четко разграничивает отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение и заключительный этап. На начальном этапе переговоров большое внимание уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения. Эти показатели служат индикатором для определения статуса каждого из участников переговоров. В значительной степени китайцы ориентируются на людей с более высоким статусом (как официальным, так и неофициальным) и на партнеров, которые выражают симпатии китайской стороне. С помощью таких партнеров китайцы стараются оказать свое влияние на позицию противоположной стороны. Следует отметить, что «дух дружбы» имеет для них на переговорах большое значение. Обычно окончательное решение принимается китайской стороной не за столом переговоров, а в домашних условиях. Одобрение достигнутых договоренностей со стороны центра практически обязательно. Обычно в составе китайской делегации бывает много экспертов, что увеличивает ее численность. Как правило, на переговорах с китайской стороной партнер вынужден первым «открыть карты» и первым высказать свою точку зрения под конец переговоров. Китайцы выступают лишь после того, как оценят возможности противоположной стороны. При этом они очень умело используют ошибки, допущенные партнером. Отметим, что китайцы придают большое значение выполнению достигнутых договоренностей.

Японский стиль ведения переговоров. Когда японцы на переговорах встречаются с ярко выраженной уступкой, они отвечают тем же. Практически они не используют угроз при переговорах. Японцы стремятся избегать обсуждений и столкновений позиций во время официальных переговоров, а также участия в многосторонних переговорах. Они уделяют много внимания развитию личных отношений с партнером. Во время официальных встреч японцы стремятся по возможности подробнее обсудить проблемы с партнером. Механизм принятия решений у японцев предполагает довольно сложный и длительный процесс согласования и утверждения тех или иных положений. Характерной чертой японцев является чувствительность к общественному мнению.

Немецкий стиль ведения переговоров. Ориентирован на успех. Немцы на переговорах сухи и педантичны. Всегда очень расчетливы. Они избегают применять сами и не любят выслушивать от других пустые, ничего не значащие фразы. На этапе подготовки они четко прорабатывают собственную позицию и предпочитают строгую последовательность в обсуждении вопросов. Немцы рациональны, бережливы, расчетливы, отличаются профессионализмом и аккуратностью в выполнении принятых обязательств. Рекламные материалы могут быть объемными, немецкие партнеры их прочитают до конца и надеяться, что товар будет полностью соответствовать описанию. На встречу приходят вовремя и хорошо одетыми. Следят за иерархией при рассаживании и за очередностью выступлений. Хорошо информированы о деле. Редко изменяют свою позицию. Эффективно работают в команде, в которой каждый отвечает за свою область. Любят

возвращаться к деталям снова. Не любят, когда их торопят. Всегда выполняют то, о чем договорились на словах. Любят, когда перед ними извиняются, сами же очень чувствительны к критике. Обращаться следует по фамилии и демонстрировать уважение к званиям. Убеждены, что немцы самые надежные и честные партнеры в мире. Держаться сдержанно и официально. Все вопросы обсуждаются последовательно. Нельзя затрагивать тему, которая не была заявлена заранее. Все договоренности должны выполняться точно в срок. Иначе немцы наложат большие штрафы.

Английский стиль ведения переговоров. Предполагает сдержанность, склонность к непредсказуемости, щепетильность, определенную замкнутость в общении, деловитость и предприимчивость. Они достаточно гибки и откликаются на инициативу партнера, честны и пунктуальны. Сдержанность в суждениях принимают как знак уважения к партнеру. Избегают категорических утверждений и отрицаний. С настороженностью относятся к говорливости партнера. Уважают титулы и звания. Настолько сдержанны, что стараются избегать лишних физических контактов. Рукопожатия приняты при первой встрече, в дальнейшем они ограничиваются устным приветствием. Деловые разговоры начинаются с погоды, природы, спорта. Принимать решения не спешат, но, если решение принято можно не сомневаться, что оно будет исполнено. Уважают мнение собеседника, умело избегают острых углов и конфликтных ситуаций. Способны слушать собеседника долго, но вам при этом следует учесть, что речь должна включать небольшие паузы. На переговорах стараются продемонстрировать благоразумие и здравый смысл. Редко принимают окончательное решение на встрече. Заинтересованы в долгосрочном сотрудничестве.

Арабский стиль ведения переговоров. Представители арабских стран ценят традиции. Важно производить впечатление порядочного человека. Друг - это человек, который не может отказать в просьбе. Постоянно ждут похвалы и болезненно реагируют на критику. На переговорах близко подходят к собеседнику, часто прикасаются к нему, настойчиво убеждают в своей точке зрения. Деловые встречи не имеют точного времени начала и окончания. Следует избегать слов и поступков, оскорбительных для арабов. Арабы ценят искренность и рассчитывают на взаимное уважение. Говорят, легко и красиво с теми, кто им нравится. Придают большое значение контакту взглядов. Расхваливайте их страну, одежду и пищу. Проведение переговоров следует строить на личных взаимоотношениях. Покажите, что хотите иметь дело именно с этим партнером. Есть следует только правой рукой. Хвалить блюдо, а не того, кто его готовил. Лучше немного переесть, чем огорчить хозяев. Ничего нельзя заворачивать в газету на арабском языке. Восхищаются образованностью, знаниями и опытом. Не ждите проявления альтруизма со стороны партнера. Предложения и проекты будут приняты, если смогут в короткий срок принести прибыль.

Вопросы и задания для самоподготовки:

1. Переговоры – как процесс взаимодействия

2. Стадии переговорного процесса:
3. Алгоритм проведения переговоров
4. Модели проведения переговоров
5. Метод принципиальных переговоров
6. Стили ведения переговоров
7. Национальные стили ведения деловых переговоров

Задание 1. Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С. Пушкина. Как можно назвать эти переговоры с точки зрения делового общения? Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.

«Нужен мне работник:

Повар, конюх, плотник.

А где мне найти такого

Служителя не слишком дорогого?»

Балда говорит: «Буду служить тебе славно,

Усердно и очень исправно,

В год за три щелка тебе по лбу,

Есть же мне давай вареную полбу».

Приздумался поп,

Стал себе почесывать лоб.

Щелк щелку ведь рознь.

Да понадеялся он на русский авось.

Поп говорит Балде: «Ладно.

Не будет нам обоим накладно...»

Задание 2. Моделирование ситуаций деловых переговоров

Определите предмет переговоров и подготовьтесь к ним, заполнив таблицы.

Предмет переговоров _____

К чему я должен быть готов:

Мои интересы	Мои варианты	Мои критерии	Их интересы

При каких условиях с их стороны я прекращу переговоры, как бы они важны для меня не были:

Альтернатива на случай ухода. Что предпринять, если соглашение не состоится, выбрать лучший вариант.	Конкретные обязательства, которые можно взять на себя в случае достижения соглашения

--	--

Вопросы при подготовке к переговорам:

Чего я хочу? Каковы мои цели? (Например: построить отношения; обменяться информацией; решить проблему; вести переговоры)	
Что будет в самом худшем случае, если я не сумею добиться поставленной цели?	
Являются ли переговоры единственным способом достижения моей цели?	
Почему я хочу именно этого? Что это даст мне?	
Позитивна ли моя цель? Если нет, то, что меня ведет и чем я готов за это расплачиваться?	
Чего и почему я категорически не хочу?	
Каков допустимый предел? Где я должен остановиться и прекратить переговоры?	
На какие уступки я могу пойти? Что для меня важно?	
В чем мои сильные и слабые стороны?	
Как продемонстрировать свою силу и не показать слабость?	
Что будет для меня хорошей сделкой?	
Что будет удовлетворительной сделкой?	
Что я расценю как приемлемую сделку?	
Есть ли у меня полномочия вести переговоры? Каковы границы этих полномочий?	
Обладает ли противоположная сторона полномочиями вести переговоры? Каковы границы этих полномочий?	
Чего, по моему мнению, они хотят и почему?	
Что станет предметом обсуждения для них?	
Каковы их сила, слабость, потенциальная стратегия?	
Насколько важен для них позитивный итог переговоров? Что потеряют они, если не прийти к согласию?	
Как на данные переговоры могут повлиять предыдущие встречи?	
Какое влияние на ход переговоров окажет окружающая обстановка?	
Какие ограничения с точки зрения законности или текущего момента следует принять в расчет?	

Задание 3. Пройдите тест по теме «Деловые переговоры»

1. Можно ли считать переговоры способом реализации коммуникативного процесса делового общения:

- a) да;
- b) нет;
- c) не знаю

2. Целью деловых переговоров может быть:

- a) решение ситуационных вопросов;
- b) доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения;
- c) продление действующего договора.

3. Переговоры как форма делового общения применяется тогда, когда нужно:

- a) осуществить контроль за результатами деятельности;
- b) достигнуть соглашение по проблеме, представляющей интерес для обеих сторон;
- c) стимулировать производительность труда

4. Расставьте в правильной последовательности основные стадии деловых переговоров:

- a) анализ результатов переговоров;
- b) стадия планирования;
- c) стадия анализа, т.е. оценки первичной ситуации;
- d) обсуждение точек зрения сторон, дискуссия.

5. Для чего нужна повестка дня деловых переговоров:

- a) для управления ходом переговоров;
- b) совсем не нужна, никто не соблюдает повестку дня;
- c) чтобы контролировать список выступающих

6. Для переговоров по модели «с позиции силы» характерны:

- a) подтасовка фактов, ложная аргументация, угрозы;
- b) совместные дискуссии;
- c) длительные беседы с партнерами

7. Для метода принципиальных переговоров характерно:

- a) жесткий прессинг;
- b) взаимные компромиссы;
- c) нечестная игра в достижении своих целей.

8. Определите, что может способствовать успешному ведению переговоров:

- a) теплый уважительный тон речи;
- b) постукивание пальцами по столу;
- c) потирание глаз.

9. Компромиссное решение возможно тогда, когда:

- a) стороны готовы пойти навстречу друг другу и удовлетворить хотя бы часть взаимных интересов;
- b) переговоры зашли в тупик;
- c) уступки одной стороны значительно превышают уступки другой.

10. Для какого стиля переговоров характерно: знание цифр, фактов, деталей, терпение, упорство, настаивание на своей позиции, методичность и последовательность:

- a) дружелюбный;
- b) жесткий;
- c) дотошный;
- d) гибкий

11. Назовите преимущество, если переговоры ведет один человек:

- a) вся ответственность лежит на одном человеке;
- b) один делает все бумаги для переговоров;
- c) в решении вопроса заинтересован только один человек, а не вся команда

12. Для какого национального стиля ведения деловых переговоров характерно избегание обсуждения вопросов «один на один»:

- a) американский;
- b) французский;
- c) арабский;

13. Для арабского стиля ведения деловых переговоров характерно:

- a) профессионализм, настойчивость;
- b) внимание предварительным договоренностям;
- c) акцент на традиции, витиеватые речи, контакт взглядов;
- d) большое влияние общественного мнения, идут на взаимные уступки

14. Использование «позитивных вопросов» в деловом общении направлено на:

- a) психологическое принуждение собеседника к нужному для вас ответу;
- b) на развитие длительного диалога между собеседниками;
- c) на создание благоприятной атмосферы беседы

15. В случае возникновения коммуникативных барьеров происходит:

- a) искажение информации, потеря изначального смысла;
- b) переход на объяснение жестами;
- c) устная речь переходит в письменную

11. Деловая переписка

План:

- 1. Деловое письмо: понятие и функции
- 2. Плюсы и минусы деловой переписки
- 3. Основные правила деловой переписки

4. Особенности общения в деловом письме

1. Деловое письмо: понятие и функции

Деловое письмо - документ информационно-справочного характера, составляемый организацией и направляемый адресату по почтовой или факсимильной связи, электронной почте.

В современном мире сложно представить компанию, изолированную от внешней среды. Каждая организация стремится наладить эффективное взаимодействие со сторонними структурами, клиентами, вышестоящими органами, и подчас это взаимодействие и есть ключ к успеху фирмы. Одним из инструментов коммуникации служит деловое письмо как особый вид корреспонденции, включающий в себя большое число разновидностей официальных оперативно-информационных документов, используемых для решения текущих и перспективных задач управления.

Деловое письмо выполняет ряд важнейших **функций**, через которые наиболее полно можно представить значимость этого документа в деловом мире.

Прежде всего следует отметить информационную функцию - письмо содержит сведения, факты, информацию различного рода. Реализация данной функции в полном объеме зависит не только от количества и качества информации, но и от способа ее подачи, четкости формулировок, отсутствия двусмысленности и подтекста.

Организационная функция реализуется, когда документ создается с целью организации, координации деятельности людей. В этом случае от логичности, структурированности текста документа зависит как процесс, так и результат этой деятельности.

Содержание сведений, являющихся доказательной базой при рассмотрении спорных ситуаций, выявляет юридическую функцию письма. Грамотно оформленные документы служат гарантией разрешения профессиональных, коммерческих и других споров и конфликтов и, следовательно, являются основой стабильного развития компании.

Коммуникативная функция обеспечивает связи организации с внешней средой, поддержание необходимых контактов, взаимодействие с реальными и потенциальными партнерами и клиентами.

Выделение указанных выше функций позволяет сделать вывод, что деловое письмо является важным элементом делопроизводственной системы в частности и управления организацией в целом.

2. Плюсы и минусы деловой переписки

Основное отличие деловой переписки от, например, дружеской – использование в ней стилистически нейтральной лексики, стандартных выражений и фраз. Одними из главных требований к содержанию писем являются точность и лаконичность изложения информации.

Плюсы деловой переписки:

- является способом сохранения информации, которую в дальнейшем можно предъявить в качестве доказательств того или иного факта;
- позволяет одновременно отправить одно и то же послание нескольким адресатам;
- оповещает об официальных и важных событиях, также может быть использована в качестве средства передачи конфиденциальной информации;
- обеспечивает возможность четкого изложения и последующего согласования принятых условий сторонами договорных отношений;
- выступает средством для построения и поддержания деловых (между компаниями) и межличностных (между людьми) взаимоотношений;
- обеспечивает возможность длительного хранения информации и просмотр ее в любое удобное время.

Минусы письменного общения:

- Одноплановость.

Если сравнивать деловую переписку с общением по телефону, то получатели письменных сообщений не могут потребовать сиюминутного предоставления пояснений или комментариев по вопросу, изложенному в письме, в связи с чем информация должна быть максимально четкой и исчерпывающей. Автору следует как можно более подробно передать суть проблемы, постараться предугадать возникновение возможных вопросов у адресата и исключить двусмысленное толкование.

- Временные и финансовые затраты на подготовку сообщений.

Для того чтобы написать качественное сообщение, вам потребуется временной ресурс не только для формулировки своих мыслей, но и для оформления в соответствии со всеми принятыми нормами и правилами делопроизводства. Также не стоит забывать о наличии финансовых затрат на бумагу, если это не электронное письмо, оплату работы дизайнера, типографию и изготовление ксерокопий (при необходимости), почтовые услуги и т.д.

- Длящийся временной отрезок между отправкой и получением сообщения.

Если вы хотите донести какую-то срочную информацию, то использование данного вида коммуникации вам явно не подойдет, так как для того, чтобы доставить письмо по назначению, понадобится определенное количество времени. Также, отправляя сообщение, вы не всегда до конца уверены в том, что адресат ознакомился с ним. Когда важно получить оперативный ответ, лучше использовать телефонное общение, факсимильную или электронную связь.

То, как в настоящее время излагают свои мысли современные блогеры (слэнг, сокращения слов и др.), безусловно не подходит для использования в деловой переписке. Не допускаются ошибки и опечатки. Их наличие, особенно в профессиональной терминологии, свидетельствует о том, что

автор данного сообщения имеет низкий уровень компетенции в выбранной им сфере.

3. Основные правила деловой переписки

1. Не употребляйте слова, точное значение которых вы не знаете. В крайнем случае, воспользуйтесь словарем.

2. Не прибегайте к использованию специальных терминов. Есть риск, что значение тех слов, которые получатель письма не знает, может быть истолковано им некорректно. Именно поэтому в правилах этикета ведения деловой переписки предусмотрено давать их расшифровку.

3. Информацию стоит излагать короткими предложениями, а не длинными и витиеватыми конструкциями, которые будут уместны лишь при написании художественного произведения, а не делового письма.

4. Набрать текст сообщения стоит в отдельном документе, на компьютере или в интернет-редакторе, а не в теле письма. В данном случае вам в помощь будет возможность автоматической проверки орфографии и пунктуации. Также это исключит вероятность случайной преждевременной отправки письма адресату, его досадную потерю из-за технических сбоев или элементарного человеческого фактора. При работе с письмом в Microsoft Word настоятельно рекомендуем использовать периодическое автосохранение материала.

5. Не стоит набирать текст сообщения на планшете или телефоне, так как автозамена слов и язык T9 на мобильных устройствах могут испортить все ваши старания.

6. Обязательно проверяйте перед отправкой написанное на наличие ошибок и в целом логику изложения мысли. Идеально будет, если, например, через час вы проверите набросок текста, так как переключение внимания на другие дела поможет сделать сознание более ясным и сконцентрированным и позволит легко обнаружить неточности.

При подготовке делового письма стоит помнить, что соблюдение баланса стиля изложения текста – залог успешного общения с партнерами.

4. Особенности общения в деловом письме

— Строгий стиль изложения

Использование уменьшительно-ласкательных слов, сленговых выражений не допускается.

— Применение смайликов

Использовать смайлики в деловой переписке стоит с большой осторожностью. При первом контакте лучше совсем обойтись без них, так как это подразумевает неофициальный стиль общения в принципе. При последующем взаимодействии разрешается использовать только смайлики положительного эмоционального окраса, но в очень умеренном количестве. Юмор в деловом общении не допустим, особенно если собеседник является вашим руководителем.

— Обращение к собеседнику по имени и отчеству

По всем правилам деловой переписки приветствие собеседника должно быть в уважительной форме. Заранее стоит уточнить имя и отчество лица, к которому вы обращаетесь, чтобы не допустить ошибок. Также следует выяснить его предпочтения. Сейчас существует тенденция к обращениям исключительно по имени, даже в крупных компаниях топ-менеджеров называют только по имени, исключая отчество. Но в данном случае лучше уточнить у самого собеседника, как ему удобнее общаться.

— ***Предоставление ответа в рамках деловой переписки в течение двух суток***

Самым оптимальным и наиболее предпочтительным является предоставление ответа на письмо в течение нескольких дней (рабочих), в противном случае собеседник может посчитать, что вы проявляете к нему неуважение. Меняет ситуацию тот факт, если письмо не срочное и было получено вами непосредственно перед днем ухода в отпуск или выходными днями, тогда срок ответа может увеличиться. Конечно, стоит предупредить инициатора деловой переписки о том, что вы будете отсутствовать до определенной даты, а по возвращении незамедлительно предоставите ответ.

— ***Отсутствие излишней назойливости***

Не стоит постоянно надоедать собеседнику. Если изначально вы не получили ответ в срок, то, конечно, стоит напомнить о себе. Если вопрос требует срочного решения, то об этом необходимо указать в письме.

— ***Правило зеркала***

Отзеркаливая (копируя) стиль общения собеседника, употребляя те же термины и фразы, вы тем самым повышаете вероятность взаимопонимания и выстраивания прочных деловых отношений с ним. Этикет деловой переписки это допускает.

— ***Поздравление с праздниками и памяtnыми датами***

По правилам деловой переписки стоит поздравить собеседника с праздником, если ваше общение с ним происходит накануне или сразу после этой даты. Также стоит знать даты дней рождения постоянных партнеров. Получать поздравления крайне приятно каждому человеку.

— ***Благодарность***

Вы покажете себя как человек вежливый и воспитанный, если поблагодарите партнера за поздравление с праздником, приглашение на мероприятие или просто предоставленные объяснения.

Вопросы и задания:

1. Деловое письмо: понятие и функции
2. Плюсы и минусы деловой переписки
3. Основные правила деловой переписки
4. Особенности общения в деловом письме

Задание 1. Пройдите тест по теме «Деловая переписка»

1. Документ информационно-справочного характера, составляемый организацией и направляемый адресату по почтовой или факсимильной связи, электронной почте.

- a) приказ
- b) деловое письмо
- c) распоряжение
- d) все вышеперечисленное

2. Функции делового письма

- a) информационная
- b) организационная
- c) юридическая
- d) коммуникативная
- e) все вышеперечисленное

3. Соотнесите функции делового письма и их сущность

- 1. Информационная
- 2. Организационная
- 3. Юридическая
- 4. Коммуникативная

a) письмо содержит сведения, факты, информацию различного рода
b) документ создается с целью организации, координации деятельности людей

c) содержание сведений, являющихся доказательной базой при рассмотрении спорных ситуаций

d) обеспечивает связи организации с внешней средой, поддержание необходимых контактов, взаимодействие с реальными и потенциальными партнерами и клиентами

4. Отличие деловой переписки от дружеской

- a) использование стилистически нейтральной лексики,
- b) использование стандартных выражений и фраз
- c) все вышеперечисленное

5. Плюсы деловой переписки

a) выступает средством для построения и поддержания деловых (между компаниями) и межличностных (между людьми) взаимоотношений

b) временные и финансовые затраты на подготовку сообщений

c) длящийся временной отрезок между отправкой и получением сообщения

d) все вышеперечисленное

6. Минусы деловой переписки

a) обеспечивает возможность длительного хранения информации и просмотр ее в любое удобное время

b) одноплановость

c) позволяет одновременно отправить одно и то же послание нескольким адресатам

d) все вышеперечисленное

7. Правила деловой переписки

- a) информацию стоит излагать короткими предложениями
- b) не прибегайте к использованию излишних специальных терминов
- c) обязательно проверяйте перед отправкой написанное на наличие ошибок и в целом логику изложения мысли
- d) все вышеперечисленное

12. Публичное выступление

План:

1. Подготовка выступления перед аудиторией
2. Принципы и структура построения речи
3. Методы преодоления волнения перед выступлением

Прежде чем рассмотреть особенности публичного выступления как формы делового общения, нужно отметить, что в его основе лежит целая наука – риторика. **Риторика** – наука об убеждении, о формах и методах речевого воздействия на аудиторию. Профессия оратора появилась еще в древней Греции, ведь именно там появилась демократическое общество, а значит публичная политика и публичный суд. Тогда же появилась и специальная наука об ораторском искусстве – риторика, и профессия учителя ораторского искусства – ритора. Появились там и первые школы. В них за плату обучали мастерству говорить правильно и красиво. Именно поэтому публичное выступление предполагает, как минимум владение азами риторики и умений взаимодействовать с аудиторией (слушателями).

1. Подготовка выступления перед аудиторией

Для того чтобы подготовиться к публичному выступлению, следует начать со «знакомства» с потенциальной аудиторией. О своих слушателях надо узнать как можно больше, так как составленный «социальный портрет слушателя» позволит предвидеть реакцию аудитории на выступление. В свою очередь это поможет понять, какие вопросы могут возникнуть у слушателей, как они могут реагировать на те или иные части выступления, что обеспечит своего рода «тыл» выступающего (по принципу «предупрежден – значит вооружен»). Составить социальный портрет аудитории можно, опираясь на следующую информацию (рис. 6).

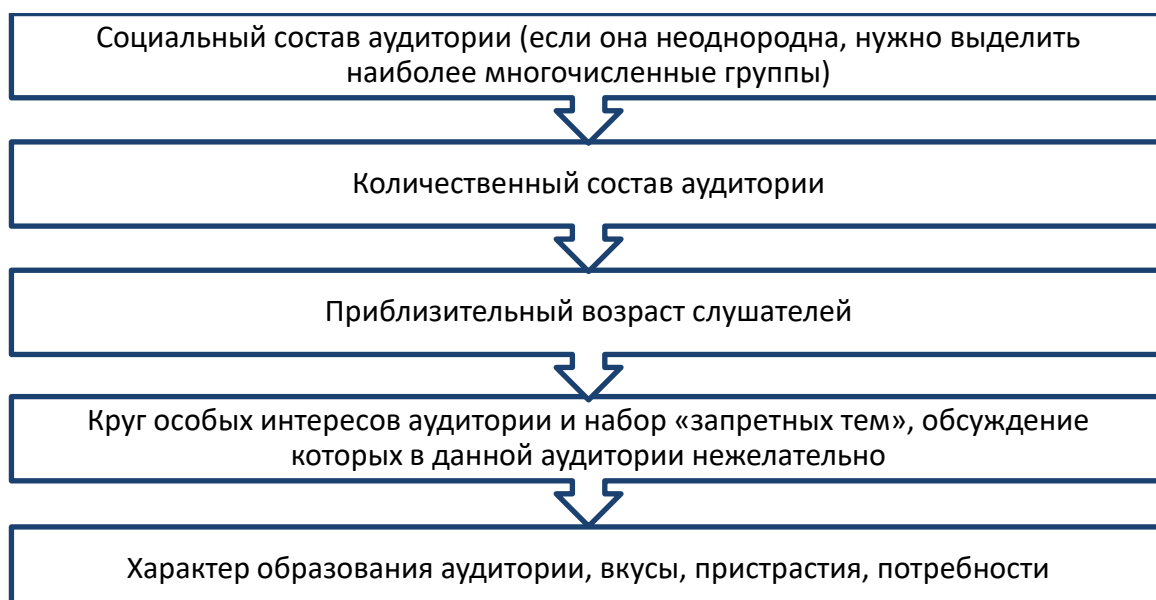


Рисунок 6 - Информация для составления социального портрета слушателей

Помимо сведений о слушателях, важно знать и виды внимания, которые может демонстрировать аудитория во время публичного выступления. Умелое владение приемами, позволяющими привлекать внимание, обеспечивает успешность выступления и включенность слушателей.

Выделяют три вида внимания:

- Непроизвольное (возникает независимо от воли, сознания человека, когда он сталкивается с чем-то необычным, неожиданным, интересным для него);
- Произвольное (возникает, когда слушатели сознательно, усилием воли сосредотачиваются на выступлении);
- Послепроизвольное (возникает как сознательное, волевое, а затем поддерживается без всяких усилий со стороны слушателей, так как они заинтересованы выступлением).

2. Принципы и структура построения речи

Одним из самых удобных способов построения речи является **модульный способ**. Его суть состоит в том, что содержание основной части выступления разбивается на отдельные модули. Общее количество модулей в основной части не должно превышать 3-4.

Принципы организации модульного способа построения речи представлены на рисунке 7.



Рисунок 7 - Принципы модульного способа построения речи

Модульное построение речи удобно по ряду причин:

1. Длительность выступления легко варьируется путем добавления или выбрасывания модулей.
2. Гибкость выступления обеспечивается перестановкой модулей в произвольном порядке.
3. Легче удержать внимание слушателей, поскольку в начале каждого модуля внимание слушателей повышается.
4. Модульная структура легче запоминается при подготовке к выступлению и наряду с ключевыми словами составляет ее каркас.
5. Демонстрационные материалы легче структурировать.

Чем лучше структурирована речь, тем легче аудитории следовать ходу мысли оратора и, следовательно, удерживать свое внимание на выступлении. Другими словами, жесткий формат выступления не только позволяет выступающему четко помнить последовательность излагаемых позиций, но значительно облегчает восприятие его речи аудиторией.

Каким бы способом организации речи не пользовался выступающий, структура речи (всей или отдельного модуля) должна включать три основных элемента: введение, основная часть, заключение.

1. Введение должно занимать 10-20 % всей речи. Во введении раскрываются основные проблемы, актуальность, разработанность темы, выдвигаются основные тезисы и определяются взгляды рассказчика.

2. В основной части речи выдвигаются основные тезисы (эта часть занимает – 60-65 %). В этой части рассматриваются разные аспекты, которые способствуют лучшему и полному осмыслению слушателями идеи. Для эффективности построения основной части можно воспользоваться следующими правилами:

- выделить главную идею речи;
- выделить подзаголовки, разделив идею на несколько составных

частей;

— определить ключевые слова, которые повторяются несколько раз, чтобы слушатели лучше запомнили, о чем говорит оратор.

3. В заключении обычно формулируются выводы, которые следуют из главной цели и основной идеи выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом, поскольку слушается последним. В заключении обычно повторяется основная идея выступления, возможно и возвращение к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей. Заключение составляет – 20–30 % времени.

Определяя принципы и структуру построения речи важно помнить и о некоторых содержательных особенностях построения речи. Для того чтобы речь была интересной, поддерживая внимание аудитории, она должна содержать следующие элементы (набор которых определяется исходя из специфики публичного выступления и его разновидности): новые идеи, интересные факты, статистические данные, результаты исследований, анекдоты, цитаты.

3. Методы преодоления волнения перед выступлением

Избыточная эмоциональность является одним из основных факторов, мешающих человеку сосредоточиться на выступлении и приводящих к возможным ошибкам во время речи. При этом конкретные эмоции, переживаемые человеком перед выступлением, могут быть различны: страх, волнение, раздражение, злость, тревожность и т.п.

Наиболее распространенной эмоцией, испытываемой человеком перед публичным выступлением, является волнение, напряжение. Следует при этом помнить, что некоторое напряжение и небольшое волнение являются своего рода мобилизационными механизмами выступающего. Поэтому, когда волнение пройдет (например, после удачного начала выступления), человек будет испытывать физический и моральный подъем и выполнит задачу лучше, чем если бы вначале совсем не волновался. С другой стороны, волнение и напряжение могут стать деструктивными факторами, затрудняющими выступление.

В момент выступления для снижения волнения и напряжения во время выступления можно использовать один из предложенных ниже методов:

1. Представить, что в зале в первом ряду сидит самый близкий человек (мама, бабушка, муж, жена, друг, сын и т. п.) и вы читаете доклад только для него. Постоянно представляйте себе его лицо и ободряющую улыбку.

2. Представить самого заклятого врага, назло которому вы прочтете любой доклад на самом высоком уровне (этот способ для азартных людей).

3. Вообразить себя артистом, вышедшим на сцену и играющим заданную роль.

Кроме того, научиться управлять своим волнением, для этого можно пользоваться следующими рекомендациями: улыбнуться своему отражению в зеркале; перед выступлением можно съесть шоколад; сделать несколько

гимнастических упражнений (приседания, прыжки и т.п.) и др.

Правила успешного выступления и уверенного поведения:

1. Важно придерживаться среднего темпа речи: говорить не медленно, но и не слишком быстро.

2. Начать выступление можно, используя один из следующих приемов:

- сопереживание;
- парадоксальное начало;
- неожиданный вопрос;
- интригующее описание;
- интересный или необычно поданный факт;
- оригинальная цитата;
- комплимент всем собравшимся;
- наглядный пример;
- шутка;
- обращение к непосредственным интересам аудитории.

3. В процессе выступления лучше использовать яркие примеры из истории, литературы, научные факты.

4. В ходе выступления рекомендуется использовать заранее подготовленные схемы, иллюстрации, графики для зрительного закрепления информации.

5. Важно активизировать аудиторию: обращайтесь к аудитории с вопросом, с просьбой что-то назвать, ответит – это поможет присутствующим сконцентрировать свое внимание на обсуждении темы.

Данные правила были бы не полными, если не вспомнить о самой важной составляющей успешного выступления – уверенном поведении.

Для реализации уверенного поведения в ходе публичного выступления нужно начать с установки: «Это у меня прекрасно получится», «Я имею на это полное право» и т.п.

В самой ситуации выступления важно следовать правилам уверенного поведения.

1. Говорите ГРОМКО и ЯСНО.
2. Смотрите в глаза слушающим (контакт глаз).
3. Постарайтесь максимально расслабиться.
4. Используйте местоимение Я, МНЕ.
5. Скажите сначала, ЧТО вы хотите, предлагаете, затем ПОЧЕМУ Вам это требуется.
6. Старайтесь не раздражаться, будьте спокойны и решительны.
7. Не оценивайте и не оскорбляйте собеседника (человека, который задает вопрос).
8. Выражайте понимание позиции партнера.

Содержательные и невербальные признаки уверенного поведения представлены в таблица 8.

Таблица 8 - Признаки уверенного поведения

Содержательные признаки	Формальные признаки
1. Эмоциональность речи, открытость в выражении чувств 2. Прямое и честное выражение собственного мнения, без оглядки на окружающих 3. Использование местоимения Я, отсутствие попыток спрятаться за неопределенными формулировками 4. Импровизация как спонтанное выражение чувств и потребностей	<i>Мимика</i> Выражает Спокойствие, уверенность <i>Жестикуляция</i> Соответствует смыслу сказанного. <i>Контакт глаз</i> Устойчивый контакт глаз: в глаза партнеру смотрят в момент предъявления требований, отводят взгляд, когда слушают возражения <i>Положение тела</i> Свободное, плечи расправлены и не напряжены <i>Интонации</i> Уверенные интонации <i>Громкость голоса</i> Говорят достаточно громко, чтобы быть услышанным собеседником

Трудности, возникающие при выступлении и методы их преодоления

В ходе публичного выступления могут возникать трудности (выступающий потерял нить выступления, оговорки, выступающий пропустил важный вопрос, трудные вопросы, слушатели задают много вопросов в ходе выступления, отказал микрофон, пропала трансляция видеоряда и др.), важно уметь правильно реагировать на них.

Для публичного выступления невербальная составляющая является ведущей: расстояние от аудитории, внешний вид докладчика, его тембр голоса, паузы между словами, интонация, жесты, мимика – все это играет определяющую роль в успешности публичной речи (рис. 8).

Внешний вид оратора	• Одежда должна быть опрятной (в одежде, причёске, украшениях, желательно классического покроя); сходство между аудиторией и выступающим увеличивает силу влияния на аудиторию
Улыбка	• Открытая, искренняя улыбка оратора вызывает хорошее настроение у аудитории и она с большей симпатией относится к выступающему
Открытые позы естественная жестикуляция	• Непринужденная, открытая поза, отражает готовность к контакту с аудиторией, свидетельствует об искренности оратора, что вызывает доверие у слушающих
Артикуляция и дикция	• В ходе выступления нужно менять тембр голоса, скорость речи, чтобы привлечь внимание. Тембр голоса: для акцентов используют более низкий голос, а для шуток - более легкий

Рисунок 8 - Невербальные факторы успешного публичного выступления

Успех публичной речи в значительной мере зависит от умения качественно её произносить, также соблюдать определённые правила поведения, жесты, мимику. Главное в риторике – практика! Поэтому очень важно практиковаться, практиковаться и еще раз практиковаться. Успехов!

Вопросы и задания для самоподготовки:

1. Социальный портрет аудитории
2. Виды внимания аудитории
3. Принципы модульного способа построения речи
4. Структура публичного выступления
5. Методы преодоления волнения перед выступлением
6. Правила успешного выступления и уверенного поведения
7. Трудности, возникающие при выступлении и методы их преодоления

Задание 1. Ответьте на вопросы «да» или «нет». При положительном ответе засчитайте себе 2 очка.

1. Нуждаетесь ли вы в тщательной подготовке к выступлению в зависимости от состава аудитории, даже если вы не раз выступали на эту тему?

2. Чувствуете ли вы себя после выступления «выжатым», ощущаете ли резкое падение работоспособности?

1. Всегда ли одинаково начинаете выступление?

2. Волнуетесь ли перед выступлением настолько, что должны преодолевать себя?
3. Приходите ли задолго до начала выступления?
4. Нужны ли вам 3-5 минут, чтобы установить первоначальный контакт с аудиторией и заставить внимательно вас выслушать?
5. Стремитесь ли вы говорить строго по намеченному плану?
6. Любите ли вы во время выступления двигаться?
7. Отвечаете ли на замечания по ходу их поступления, не группируя их?
8. Успеваете ли во время выступления пошутить?

Более 12 баллов –вы умеете подчинить себе аудиторию, не допускаете вольностей в поведении на трибуне и в речи, но излишняя независимость от аудитории может сделать вас нечувствительным к интересам слушателей

Менее 12 баллов –вы сами подчиняетесь аудитории, ориентируясь на ее реакцию, но стремление во всем следовать за ней может привести к потере авторитета и эффекта от сказанного.

Задание 2. Подготовьте публичное выступление на самостоятельно выбранную тему (3-5 мину).

Задание 3. Пройдите тест по теме «Публичное выступление»

1. Наука об убеждении, о формах и методах речевого воздействия на аудиторию.

- a) риторика
- b) психология
- c) логика

2. Социальный портрет аудитории включает в себя

- a) количественный состав аудитории
- b) приблизительный возраст слушателей
- c) круг особых интересов аудитории и набор «запретных тем»
- d) все вышеперечисленное

3. В публичном выступлении Введение должно занимать

- a) 10-20 % всей речи
- b) 20–30 % времени речи
- c) 60-65 % всей речи

4. В публичном выступлении основная часть должна занимать

- a) 10-20 % всей речи
- b) 20–30 % времени речи
- c) 60-65 % всей речи

5. В публичном выступлении заключение должно занимать

- a) 10-20 % всей речи
- b) 20–30 % времени речи
- c) 60-65 % всей речи

6. Какой из перечисленных элементов обязательно должен входить в структуру публичной речи

- a) средняя часть
- b) основная часть
- c) подготовительная часть

7. Какой из перечисленных элементов обязательно должен входить в структуру публичной речи

- a) введение
- b) начало
- c) подготовка

13. Деловая этика и этикет

План:

- 1. Этика – учение о морали, нравственности
- 2. Профессиональная нравственность
- 3. Этика деловых отношений в организации
- 4. Правила этикета

1. Этика - учение о морали, нравственности

Процесс формирования этики начался в середине 1-го тысячелетия до нашей эры в древней Греции и Китае. Сам термин «этика» ввел Аристотель. Но еще до Аристотеля проблемами морали занимался его учитель - Платон. Проявление интереса к этим явлениям явилось следствием социально-экономического, духовного развития человечества.

Укреплявшаяся государственная власть вытесняла родоплеменные отношения, традиции, обычаи. Необходимы были новые идеалы, ориентиры, механизмы регулирования отношений между людьми. В связи с этим появилась этика. Появились первые понятия этики: добродетель и пороки. Платон выделял такие добродетели как мудрость, мужество, умеренность, справедливость.

В средние века этика отождествлялась с духовностью. Все лучшее - любовь, доброта, честь, дом связано с Богом.

В XVII - XVIII вв. появляется теория разумного эгоизма. Спиноза, Гольбах говорили о том, что человеку невыгодно вести аморальный образ жизни, ибо на его злодеяния окружающие люди ответят ему тем же самым. Именно в XVIII веке этика приобретает самостоятельный статус, выделился объект исследования - мораль. Большое значение приобрели идеи Канта. По мнению философа, нравственное поведение должно совершаться не из склонности к выгоде, подражанию, а просто из уважения к нравственному закону. Люди должны поступать так, а не иначе, не потому что им это выгодно, а потому, что есть определенный закон или кодекс - категорический императив. Таким образом, мыслители осознали, что мораль не сводима ни к

религии, ни к другим проявлениям культуры, а имеет свою специфику, принципы и законы и играет свою роль в жизни общества.

2. Профессиональная нравственность

Профессиональная нравственность (мораль) — это применение общечеловеческих принципов морали применительно к условиям деятельности данной профессии. Можно говорить о профессиональной нравственности врача, священнослужителя, юриста, учителя, руководителя и т.д.

Профессиональная этика изучает конкретные проявления профессиональной нравственности. Исходным понятием профессиональной этики является понятие профессионального долга, где фиксируются подробно служебные обязанности (врача, адвоката, руководителя).

Осознание служебного долга побуждает представителей целого ряда профессий относиться к своему делу с наибольшей ответственностью, учитывать конкретные особенности взаимоотношений личности и общества, личности и коллектива.

Профессиональный долг стимулирует самоотдачу человека делу. Например: врач ради жизни больного жертвует своим временем, жизнью (ставит на себе эксперименты, испытывает лекарство и т.д.).

Профессиональная честь - оценка значимости той или иной профессии в жизни общества. Осознание этой значимости очень важно для представителей очень многих профессий и составляет основу профессионального достоинства, самооценку своей деятельности.

Профессиональная справедливость - важна в отношениях с людьми, с коллегами. Не должны существовать двойные, тройные стандарты, деление на «своих» и «чужих» — это разрушает моральное сознание специалиста, морально-общественный климат коллектива.

Принципы профессиональной морали:

1. Принцип гуманизма (исходный принцип) - уважительное отношение к каждой человеческой личности, понимание ее целостности, неповторимости.
2. Принцип оптимизма (профессионального) - без веры в человека вряд ли руководитель сможет реализовать свои планы.
3. Принцип патриотизма - патриотизм находится посередине между национализмом и заискиванием перед всем иностранным.

3. Этика деловых отношений в организации

Этику делового общения можно определить, как совокупность нравственных норм и правил и представлений, регулирующих поведение и представление людей в процессе их производственной деятельности. Она представляет собой частный случай этики вообще, и содержит в себе её основные характеристики.

Этика организации начинается, прежде всего, с отношения руководителя к своим сотрудникам. Этические нормы и принципы руководителя по отношению к подчиненному выражаются следующим:

- 1) как отдаются распоряжения;
- 2) в чем выражается служебная дисциплина.

Без соблюдения этики делового общения между руководителем и подчиненными лицами, люди чувствуют себя незащищенными. Отношения руководителя и подчиненных определяет морально-общественный климат организации.

Принципы этики делового общения между коллегами:

1. Не требуйте к себе какого-либо особого отношения или привилегий со стороны другого.
2. Насколько возможно, не разносите сплетни в общении с ними.
3. Чаще называйте по имени.
4. Не давайте обещаний, которых не можете выполнить.
5. Не лезьте человеку в душу.
6. Старайтесь слушать не себя, а другого.

4. Правила этикета

Деловой этикет - важнейшая сторона профессионального поведения делового человека, предпринимателя.

Знание этикета, культура поведения — вот ключевые условия для успешной работы в любой организации.

Этикет - явление историческое. Правила поведения людей изменялись с изменением условий жизни общества, конкретной социальной среды. Этикет всегда выполнял и выполняет определенные функции: разделение по чинам, сословиям, знатности рода, знаниям, имущественному положению.

Особенно строго соблюдались и соблюдаются правила этикета в странах Дальнего и Ближнего Востока. Этикет представляет собой единство двух сторон: морально-этической и эстетической.

Морально-этическая сторона этикета — это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, уважения, защиты и т.д.

Вторая сторона – эстетическая – свидетельствует о красоте, изяществе форм поведения.

Культура поведения в деловом общении немыслима без соблюдения правил вербального (словесного, речевого) этикета, связанного с манерами речи и словарным запасом.

В том или ином коллективе, группе работников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов, 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, эти правила поведения представляют внешнюю сторону делового общения.

Один из аспектов этикета - приветствие. Необходимо отметить, что в приветствии целесообразно использование в равной мере вербальных и невербальных средств общения. Поклон, кивок, наклон головы, улыбка подчеркнет ваши добрые чувства, да и звучание собственного имени - приятная мелодия для любого человека.

Обращение по имени либо по имени отчеству – это обращение к личности. Обращение по имени, подчеркивает уважение к человеку, такое приветствие говорит о культуре говорящего. Правила приветствия обретаются, затем входят в привычку.

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплименты – приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку в деятельности, подчеркивающие вкус в одежде, внешности. Комплимент, тем более, если партнер женщина - необходимая часть делового этикета.

Деловой этикет - результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях.

Прежде всего, необходимо помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение человеческой личности.

В деловых отношениях мелочей нет. Для бизнеса этикет значит очень многое: одежда, поведение участника делового общения – это его визитная карточка.

Существует целый ряд правил поведения в различных видах транспорта: самолете, поезде, автомобиле. Общение с попутчиками - одна из составляющих имиджа делового человека. Прежде всего, не следует злоупотреблять вниманием попутчика, быть слишком говорливым.

Вопросы и задания:

1. Этика - учение о морали, нравственности
2. Профессиональная нравственность
3. Принципы профессиональной морали
4. Принципы этики делового общения между коллегами
5. Деловой этикет
6. Правила этикета

Задание 1. Решите ситуационные задачи

Задача 1. В вашем коллективе имеется сотрудник, который скорее числится, чем работает. Его это положение устраивает, а вас нет. Как вы поступите?

а) Поговорю с этим человеком «с глазу на глаз». Дам понять, что ему лучше уволится по собственному желанию.

б) Напишу докладную вышестоящему руководству с предложением уволить этого сотрудника

с) Предложу своему заместителю обсудить эту ситуацию и подготовить свои предложения

д) Найду для этого человека подходящее дело, прикреплю консультанта, усилю контроль за его работой

Задача 2. У вас сложились натянутые отношения с коллегой. Причины этого не совсем ясны, но нормализовать отношения необходимо, чтобы не страдала работа. Что вы предпримите в первую очередь?

а) Открыто вызову коллегу на откровенный разговор, что бы выяснить истинные причины натянутых отношений

б) Прежде всего постараюсь разобраться в собственном поведении по отношению к нему

с) Обращусь к нему со словами «От наших натянутых взаимоотношений страдает дело. Пора договориться, как работать дальше»

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

Задание 2. Пройдите тест по теме «Деловая этика и этикет»

1. Термин «этика» ввел

а) Аристотель

б) Ф. Аквинский

с) Р. Декарт

2. Применение общечеловеческих принципов морали применительно к условиям деятельности данной профессии

а) Профессиональная нравственность (мораль)

б) Профессиональная этика

с) Профессиональная честь

3. Конкретные проявления профессиональной нравственности изучает

а) Профессиональная нравственность (мораль)

б) Профессиональная этика

с) Профессиональная честь

4. Оценка значимости той или иной профессии в жизни общества

а) профессиональная нравственность (мораль)

б) профессиональная этика

с) профессиональная честь

5. Выделите принцип, на котором НЕ может быть основано деловое общение

а) доброжелательность

б) уважительность

с) эгоизм

д) порядочность

6. Принципы профессиональной морали:

а) принцип гуманизма

б) принцип оптимизма

- с) принцип патриотизма
- д) все вышеперечисленное
- 7. Соотнесите название и содержание принципов профессиональной морали**
1. Принцип оптимизма
 2. Принцип гуманизма
 3. Принцип патриотизма
- а) без веры в человека вряд ли руководитель сможет реализовать свои планы
- б) уважительное отношение к каждой человеческой личности, понимание ее целостности, неповторимости
- с) находится посередине между национализмом и заискиванием перед всем иностранным.

14. Имидж делового человека

План:

1. Понятие имиджа
2. Функции имиджа
3. Формирование имиджа делового человека

1. Понятие имиджа

Английское слово «имидж» (image) означает «образ». Каждый человек вызывает у других определенное представление о себе, то есть образ, который можно назвать индивидуальным имиджем. Этот образ может быть феноменальным, потрясающим, отвратительным. Но имидж – и социальное явление. В любом обществе всегда существует совокупность представлений о том, как должен выглядеть и вести себя человек определенного социального статуса или профессии – учитель, бизнесмен, директор, политик и т.д. В таком случае говорят о профессиональном и социальном имидже. Мы говорим: «Это работает на ваш имидж», «Подумайте о своем имидже» и даже «Вам надо изменить свой имидж» - в том случае, если впечатление о человеке не соответствует ожидаемому от его профессии или положения в обществе.

Теория и практика формирования имиджа разрабатывается специальной наукой – имиджелогией. Существуют специалисты по формированию имиджа – имиджмейкеры.

Составляющие имиджа делового человека – это впечатление, которое он производит и его деловые качества.

На впечатление, которое производит человек, влияют:

- его внешний вид;
- окружающие человека люди и вещи;
- речь;

- манеры.

Внешний вид делового человека имеет немаловажное значение. От того, какое впечатление мы производим, зависит отношение к нам.

Как показали исследования, наиболее благоприятное впечатление производят люди среднего или вышесреднего роста, спортивного телосложения. Слишком полные в нашей стране воспринимаются лучше, чем чрезмерно худые: они кажутся более надежными партнерами. У делового человека, который производит хорошее впечатление, прямая осанка, уверенная, свободная походка.

Цвета классической деловой одежды имеют определенную гамму: все оттенки коричневого, бежевого, серого цвета, темно-синий или светло-синий, белый, в исключительных случаях – черный цвет.

Для деловой одежды рекомендуется прямой силуэт. Чем больше силуэт отличается от прямого (расширяющийся, колоколообразный), тем ниже для окружающих социальный статус владельца костюма.

В костюме делового человека предполагаются опрятность, хорошее качество материала и исполнение, соответствие деловому стилю, основные черты которого – элегантность, строгость, удобство, практичность.

Прическа должна быть не только аккуратной, но и красивой, свидетельствовать об интересе своего владельца к своей внешности.

Деловые люди ходят в удобной обуви, женщины – на каблуках средней высоты.

Макияж подчеркивает достоинства внешности и при этом не бросается в глаза.

Модная дешевая бижутерия в деловом мире неприемлема. Предпочтительны скромные украшения из драгоценных металлов. Кольцо – с небольшим камнем, не отвлекающим внимание.

Окружающие человека люди и вещи не случайны, и их выбор порой больше говорит, чем сам человек, говорят о его жизненных симпатиях, установках, отношении к людям и себе.

Если вы хотите произвести впечатление солидного, уважающего себя человека, ваши визитка, зонт, портфель, записная книжка, ручка должны быть отличного качества. Предметы, которые окружают человека, являются как бы его продолжением и слагаемыми его имиджа. Для хозяина кабинета продолжением его «Я» будут и его кресло, и стол, и вся обстановка. Впечатление, которое вы произведете на людей, зависит от дизайна офиса, где работаете, и здания, где находится офис, и даже район города, где находится этот офис.

Речь делового человека производит благоприятное впечатление, если он не только умеет ясно и последовательно выражать свои мысли, не испытывает затруднений в выборе слов, но и произносит слова правильно, достаточно громко и отчетливо, с естественной интонацией, имеет голос приятного тембра и высоты: низкий тенор или баритон – у мужчин, меццо-сопрано или альт – у женщин.

Манеры делового человека – это манеры человека воспитанного, естественно следующего правилам культуры поведения и делового этикета. Импонирует уверенность без самоуверенности и развязности. Суетливость и нервозность противопоказаны.

Человек производит благоприятное впечатление, выглядит гармонично и естественно, если его манера поведения, отражающая, как известно темперамент и характер, воспитание, соответствует его манере одеваться и всему внешнему облику. В этом случае говорят об определенном стиле, характеризующем человека.

Сопоставив предпочтения женщин в одежде с особенностями их темперамента, характера, поведения, И. Крикунова в книге «Создай свой имидж» обобщила свои наблюдения и выделила семь наиболее распространенных стилей, каждый из которых по-своему привлекателен:

- консервативный;
- классический;
- экстравагантный;
- эротический;
- спортивно-непринужденный;
- загадочный;
- пассивно-женственный.

Не все названные женские стили равно приемлемы в деловом общении. Например, носители экстравагантного и эротического стилей могут восприниматься как люди несерьезные, не заслуживающие доверия.

Классический и консервативный стили более уместны в системе деловых отношений.

Деловые качества. Основные положительные качества делового человека – честность, порядочность, компетентность, организованность, обязательность (верность слову, пунктуальность), самообладание, предприимчивость, ответственность, широта и быстрота мышления, воспитанность, коммуникабельность, доброжелательность, интеллигентность. Все они одинаково важны и значимы.

2. Функции имиджа

От репутации и имиджа деловых людей, представляющего учреждение или организацию, зависит эффективность переговоров, соглашений, торговых сделок. Из имиджа отдельных представителей складывается общий имидж фирмы (и наоборот, имидж отдельного представителя должен соответствовать имиджу фирмы).

Имидж – понятие устойчивое и малоподвижное. В деловой среде существует изречение: «Вначале мы работаем на свой имидж, а потом он работает на нас». Это и хорошо потому, что, заработав положительную репутацию, можно долго ею пользоваться, и плохо, так как неудачно сложившийся имидж трудно изменить.

Имидж выполняет следующие функции:

Номинативная – призвана создать узнаваемость фирмы, его марку, связав благоприятный образ с конкретным товаром, его руководителем.

Эстетическая – призвана выделить эмоциональный образ товара (руководителем, организацией), выдвинув на передний план качественные составляющие.

Консервативная – признана защитить (перед веяниями моды и натиском новых потребностей, спроса, новых идей) основную идею фирменного комплекса, обеспечив вариативность одной и той же цели для новых поколений традиционных потребителей.

Адресная – призвана связать его с определенными целевыми аудиториями воздействия [7: 193].

Основные задачи имиджа:

- 1) Продвижение имиджа (который сложился у целевой аудитории);
- 2) Коррекция репутации (образа, сложившегося у целевой аудитории).

В идеальном виде имидж и репутация совпадают.

3. Формирование имиджа делового человека

Трудно производить впечатление доброжелательного, уверенного в себе человека и не быть таковым на самом деле. Совершенствование имиджа означает прежде всего совершенствование себя. Дисгармония между внутренним и внешним всегда ощущается и вызывает ощущение фальши. Гармония же, наоборот, располагает к человеку, вызывает доверие к нему.

Существует несколько технологий создания имиджа как для начинающих, так и для накопивших собственный опыт.

В.М. Шепель, например, считает, что создание имиджа включает последовательность из шести мини-технологий:

- 1) подтверждение стартовых условий освоения технологии;
- 2) «строительство» внешности;
- 3) «флюидное излучение»;
- 4) отработка риторических приемов;
- 5) сведение всех мини-технологий в одно целое.

Л.Браун строит свою технологию создания имиджа делового человека учитывая сильно возросшую в последнее десятилетие роль СМИ. В связи с этим она предлагает в первую очередь учитывать следующее:

- внешний вид;
- голос;
- публичные выступления;
- поведение перед телекамерой;
- поддержание постоянной формы.

Программу формирования имиджа можно условно представить в виде пяти этапов.

Первый этап – изучение себя (прежде чем создавать имидж, надо объективно изучить свои внешние данные).

Второй этап – определение цветовой гаммы имиджа.

Третий этап – отражение психологического портрета во внешнем облике. Характер, темперамент, внутренний мир личности – все это нужно учесть.

Четвертый этап – приведение имиджа в соответствие с той социальной ролью, которую избирают. Любая выбранная роль требует соответствующих антуража и “сценического костюма”. Почти всем из нас приходится становиться собственными костюмерами, играя в “пьесе из своей жизни”.

Пятый этап – создание прически и макияжа.

На основе изучения соответствующей литературы можно предложить **технологию формирования имиджа**, включающую в себя:

- 1) определение стартовых условий (задачи, времени, подготовленности человека: ему предлагается вопросник, с помощью которого он сможет определить то, над чем ему необходимо работать, чтобы сформировать свой привлекательный имидж;
- 2) корректировка внешности (подбор одежды, макияжа, прически, жестов, походки, мимики);
- 3) отработка коммуникативной механики (на этом этапе необходимо совершенствоваться в искусстве публичных выступлений, ведения переговоров, бесед и т.п.);
- 4) овладение эффективной поведенческой техникой (совершенствование культуры поведения, искусства оставлять хорошее впечатление о себе,
- 5) изучение тактики действий в конфликтных ситуациях);
- 6) изучение законов ортобиоза, т.е. здорового образа жизни, невозможного без рационального питания, систематических занятий спортом, освоения методов снятия напряжения и расслабления;
- 7) совершенствование профессионализма и т.д.

Итак, мы рассмотрели несколько технологий формирования имиджа.

Безусловно, набор их может меняться, а содержание – дополняться. Предложенный набор можно расширить введением дополнительных технологий: технологии общения с представителями прессы, тренинга личностного роста, правил выступления на телевидении и др.

Вопросы и задания для самоконтроля:

1. Понятие имиджа
2. Составляющие имиджа делового человека
3. Функции имиджа
4. Формирование имиджа делового человека
5. Технологии формирования имиджа

Задание 1. Ответьте «да» или «нет» на следующие вопросы

- а. Имеет ли для вас значение, какое у вас нижнее белье, какой оно длины и свежести?

- б. На свою первую деловую встречу наденете ли вы яркий галстук?
- в. Придаёт ли большую мужественность вашему виду обилие волос на переносице?
- г. Когда вы скрещиваете ноги, видно, что у вас короткие носки?
- д. Ваша мать подарила вам галстук, который вам не нравится. Вы его носите?
- е. Вы покупаете новые костюмы и рубашки только тогда, когда изнашиваются старые?
- ж. Вы покупаете заранее подобранные друг к другу рубашки и галстуки?
- з. В тот день, когда у вас назначена важная встреча, вы одеваетесь иначе, чем обычно?
- и. Вы надеваете летом под костюм рубашки с короткими рукавами, для того чтобы было прохладнее?
- к. Последние десять лет вы всегда причёсываетесь в одном стиле?
- л. Вы чистите свою обувь только тогда, когда заметите, что она весьма грязная?
- м. Вы пользуетесь одноразовыми ручками?
- н. Посмотрите на свои руки и ногти. Как вы думаете, произведёт ли впечатление на вашего начальника их состояние?
- о. Вешаете ли вы свои костюмы на проволочные вешалки?
- п. Если у вашей рубашки одинарные манжеты с пуговицами, но есть также отверстия для запонок, будете ли вы носить запонки?
- р. Ваши часы частично сделаны из пластика или имеют ярко окрашенные детали?
- с. Ваш вес меняется, но вы всё равно носите свой костюм, который плотно на вас сидит, как напоминание о необходимости следить за калориями?
- т. Ваша работа требует постоянных контактов один на один. Принимаете ли вы особые меры для того, чтобы быть уверенным, что ваша личная гигиена на высшем уровне?
- у. Любите ли вы носить цветные, яркие носки для того, чтобы выразить свою индивидуальность?

Обработка и интерпретация результатов: За каждый правильный ответ «да» или «нет» поставьте себе один балл. Подсчитайте, сколько баллов вы набрали.

Правильные ответы:

- а. Да. Мужчины, у которых заметны детали белья, так же выдают свои секреты и непривлекательны, как и женщины в узких юбках, под которыми выделяется линия трусов.
- б. Нет. Деловая встреча требует сдержанного классического облика. Не пытайтесь удивить партнёров остроумным галстуком или самым агрессивным цветом, например красным. Выберите качественный шёлковый с выработкой галстук с едва различимым рисунком и сдержанного цвета, например синего. (Профессор Том Портер из Оксфордского

политехнического института провёл обследование на тему галстуков, которое показало, что большинство директоров по работе с персоналом считают синий цвет наиболее подходящим для деловых интервью.)

в. Нет. Лишние волосы между бровями делают самого аккуратного человека неопрятным. Удалите ненужные волосы, чтобы выглядеть опрятнее

г. Нет. Итальянцы, французы и японцы считают, что полоска между лодыжкой и голенью – наименее эротичная зона. Убедитесь, что они у вас закрыты средней длины или длинными, до икр, носками. Англичане и немцы умудряются отвлекать женщин и друг друга каждый раз, когда скрещивают ноги.

д. Нет. Ваш галстук исключительно важен для утверждения индивидуальности, положений и возможностей. Сохраните мамино приобретение для семейной вечеринки.

е. Нет. В вашем гардеробе должен быть достаточный выбор для того, чтобы дать возможность костюму «отдохнуть» два-три дня между ноской. Когда вы покупаете костюм, сразу нужно купить две-три рубашки к нему.

ж. Нет. Научитесь подбирать цвета, ткани и рисунки самостоятельно. Использование заранее подобранных сочетаний демонстрирует отсутствие творческого подхода.

з. Да и нет. Собираясь на важную встречу, вы должны решить, что хотите показать, и быть уверенным в том, что костюм, рубашка и галстук правильно подобраны. Но преуспевающий человек хорошо одет каждый день, так что он всегда готов к запланированной или незапланированной встрече.

и. Нет. Если вы не работаете в тропиках, где нет кондиционера, то рубашки с короткими рукавами подходят только бухгалтерам на пенсии. Летом качественный костюм из прохладной шерсти и рубашка с длинными рукавами из хлопка обеспечат вам необходимый комфорт.

к. Нет. Без сомнения, ваши волосы значительно изменились за последние десять лет. И если вы сохраняете прежний стиль в причёске, то, очевидно, выглядите старше. Пора посетить хорошего стилиста для обновления причёски.

л. Нет. Если вы оставляете грязь на обуви до тех пор, пока она не сотрётся, вы сокращаете срок службы ботинок. Чистите их каждый день сразу, как только сняли (пока они тёплые – тёплая кожа лучше впитывает чистящие средства).

м. Нет. Одноразовые ручки предназначены для студентов колледжей и временных секретарей. Ваша ручка – важный аксессуар, который должен демонстрировать ваш успех и стиль.

н. Да. Мужчины обращают очень большое внимание на руки собеседника. Если вы страстный любитель садоводства или еще чего-то в этом роде, делайте маникюр раз в две недели или научитесь ухаживать за своими руками самостоятельно.

о. Нет. Проволочные вешалки портят линии костюма. Купите крепкие деревянные вешалки, разработанные специально для мужских костюмов.

п. Нет. Избегайте любых усложнений в дизайне. Одинарные манжеты с пуговицами плохо смотрятся с запонками. Носите запонки со специальными двойными манжетами.

р. Нет. Простенькие пластиковые часы подходят для отдыха или игр с малышами. Часы с аппаратом для подводного плавания или с мини-компьютером никого не впечатляют и разрушают элегантность иного профессионального имиджа.

с. Нет. Если вы носите костюмы «многообещающего размера», то выглядите небрежно и чувствуете себя в нём неудобно. Если ваша проблема заключается в весе, но вы не хотите менять или терять свой стиль, купите лучше костюм, который будет вам по фигуре, даже если вы располнели – вы действительно будете выглядеть в нём стройнее.

т. Да. Хорошая личная гигиена – неотъемлемая черта любого профессионала, но, если вы находитесь в постоянном близком контакте с людьми, это вопрос жизни и смерти. Каждый день надевайте свежестыранную рубашку, принимайте душ по утрам и чистите зубы после ленча, а также утром и вечером.

у. Нет. Яркие носки или носки с разнообразными новшествами демонстрируют либо самонадеянность, либо незрелость. В деловой одежде всегда завершайте ваш костюм простыми тёмными носками в тон брюкам и ботинкам.

Результаты:

Если вы набрали от 14 до 19 баллов, ваш имидж вполне подобран. Вы знаете, что каждый день должны беспокоиться о том, как произвести хорошее впечатление, и прилагаете к этому необходимые усилия.

Если вы набрали от 9 до 13 баллов, ваш имидж вам надоел. Вы не производите впечатления, необходимого для того, чтобы полностью реализовать свои возможности. Пора пересмотреть деловой имидж и привести его в соответствие с современными требованиями. Изучайте советы по уходу за собой, внешним видом и по использованию аксессуаров, которые, вероятно, являются вашим слабым местом.

Если вы набрали менее 9 баллов, то ваш нынешний имидж наносит ущерб будущему вашей карьеры. Очевидно, против своей воли вы ведёте себя непоследовательно и демонстрируете людям, имеющим большое значение для вас, не то, что следовало бы. Вам нужно начать с самого начала.

Задание 2. Пройдите тест по теме «Имидж делового человека»

1. Имидж в переводе с английского языка означает

- а) впечатление
- б) образ
- с) оценка

- 2. К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:**
- a) общие физические данные, мимика, среда обитания
 - b) коммуникабельность, уровень нравственности
 - c) все вышеперечисленное
- 3. Формирование делового имиджа следует начинать с...**
- a) создания имидж-портрета
 - b) выбора стратегии
 - c) формулирования имиджевых целей
- 4. Чему должна соответствовать рабочая одежда?**
- a) внутренней корпоративной культуре определенной организации (компании)
 - b) интересам, нормам и вкусам клиентов организации
 - c) времени года
- 5. Деловая одежда в первую очередь должна быть ...**
- a) строгой и элегантной
 - b) дорогой и модной
 - c) яркой и стильной
- 6. В одном наряде рекомендуется сочетать не более ... цветов:**
- a) трёх
 - b) четырёх
 - c) двух
- 7. Вербальным элементом имиджа является**
- a) речь
 - b) одежда
 - c) почерк
- 8. Дресс-код – это**
- a) форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций
 - b) иностранная забава
 - c) правила поведения людей в обществе, поддерживающие представления данного общества о подобающем.

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01527-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488632>
2. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496320>
3. Душкина, М. Р. Психология влияния в социальных коммуникациях: психологическое воздействие — методы и технологии : монография / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 213 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12739-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496522>
4. Корягина, Н. А. Психология общения : учебник и практикум для вузов / Н. А. Корягина, Н. В. Антонова, С. В. Овсянникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03322-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489271>
5. Леонов, Н. И. Психология делового общения : учебное пособие для вузов / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09235-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494141>
6. 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 : Издательство Юрайт, 2022. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>
7. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры : практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494467>
8. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры : учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493376>

9. Психология делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00604-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489967>

10. 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 : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01353-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468441>

11. Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Ю. Родыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 430 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3562-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507885>

12. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06495-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493940>

13. 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 : Издательство Юрайт, 2022. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06415-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493416>

Ответы на тесты и задания

Тема 1 Общение и общительность

Тест по теме «Общение и общительность»

5. Сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности

- e) конфликт
- f) общение
- g) общительность
- h) взаимодействие

2. В структуру общения НЕ входит

- e) коммуникация
- f) интеграция
- g) социальная перцепция
- h) аттракция

3. Тип активного взаимодействия, который предполагает информационный обмен

- e) коммуникация
- f) интеракция
- g) перцепция
- h) интериоризация

4. Взаимодействие людей в процессе общения, организация совместной деятельности

- e) коммуникация
- f) интеграция
- g) перцепция
- h) аттракция

5. Процесс, который появляется при взаимодействии людей на основании естественного общения и происходит в форме понимания и восприятия человека человеком

- e) коммуникация
- f) интеграция
- g) перцепция
- h) аттракция

6. Умение налаживать контакты, способность к взаимообогащающему и конструктивному общению с другими людьми

- e) конфликт
- f) общение
- g) общительность
- h) взаимодействие

7. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - легко входят в контакт, могут расположить собеседника, умеют завязать беседу с незнакомыми людьми, не испытывая чувства стеснения и неловкости.

- e) «идеальный»
- f) «общительный»
- g) «гипертрофированный»
- h) «необщительный»

8. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - умеют слушать, деликатны, порой до застенчивости, умеют чувствовать другого человека.

- e) «идеальный»
- f) «общительный»
- g) «гипертрофированный»
- h) «необщительный»

9. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - стремятся, во что бы то ни, стало быть, в центре общения, разговор на любую тему они стремятся замкнуть на себе, как правило, плохие слушатели

- e) «идеальный»
- f) «общительный»
- g) «гипертрофированный»
- h) «необщительный»

10. Какому типу общительности свойственны следующие характеристики - организовать контакт с ними чрезвычайно затруднительно, погружены в себя, не всегда понимает психологическое состояние собеседника

- e) «идеальный»
- f) «общительный»
- g) «гипертрофированный»
- h) «необщительный»

Ключ к тесту по теме 1 «Общение и общительность»

1 b	2d	3a	4b	5c	6c	7a	8b	9c	10d
-----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Тема 2 Функции общения

Ситуационные задачи

Задача 1. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Сию в аэропорту, рейс откладывается, все нервничают. Подхожу к окошку справочного бюро и спрашиваю: «Девушка, как с рейсом на Москву?» Девушка смотрит поверх меня и сообщает: «Рейс на Москву откладывается на два часа». (информационно-коммуникативная)

Задача 2. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Вы встречаете приятеля и по лицу видите, что он чем-то озабочен. Вы спрашиваете: «Что-нибудь случилось?» Почему вы задаете такой вопрос, ведь он вам еще ничего не сказал о своих проблемах? (познания людьми друг друга, социально-перцептивная)

Задача 3. Какая функция общения реализуется в этой ситуации:

Вы видите большую очередь в магазине, у вас нет времени, а приобрести товар крайне необходимо, и вы обращаетесь к кому-либо из очереди с просьбой купить для вас нужный предмет. Но прежде вы тщательно, лишь по внешним признакам пытаетесь определить к кому же обратиться. (познания людьми друг друга, социально-перцептивная).

Задача 4. О какой функции общения идет речь в этой ситуации:

М. Горький вспоминал о случае, когда вдруг неожиданно померкла красота прекрасной женщины; вызывавшей восхищение окружающих: она заговорила, и ее речь оказалась такой безвкусной и примитивной, что целостный образ красавицы растворился.

Тест по теме «Функции общения»

2. **Функция формирования, передачи и приема информации**
 - d) Функция познания людьми друг друга
 - e) Информационно-коммуникативная функция
 - f) Функция приспособления в общении
2. **Функция познания собеседниками друг друга в процессе общения**
 - d) Эстетическая функция
 - e) Функция взаимовлияние людей друг на друга
 - f) Социально-перцептивная функция
3. **Функция налаживания и сохранения достаточно устойчивых и продуктивных связей, контактов и взаимоотношений между людьми в интересах их совместной деятельности**
 - d) Информационно-коммуникативная функция
 - e) Функция организации межличностных взаимоотношений.
 - f) Функция взаимовлияние людей друг на друга.
4. **Регуляторами взаимовлияний людей друг на друга являются**
 - e) Внушение
 - f) Конформность
 - g) Убеждение
 - h) Все вышеперечисленное
5. **Система приемов (психологических, мимических, пантомимических, речевых, двигательных и др.), избираемая для организации системы общения адекватной ситуации**
 - d) Функция приспособления в общении
 - e) Функция познания людьми друг друга
 - f) Информационно-коммуникативная функция

6. Изменение в поведении или мнении человека под влиянием реального или воображаемого давления со стороны другого человека или группы людей

- d) Внушение
- e) Конформность
- f) Убеждение

7. На каком уровне осуществляется приспособление в общении

- e) Уровень содержания
- f) Уровень отношения
- g) Метауровень
- h) Все вышеперечисленное

Ключ к тесту по теме «Функции общения»

1b	2c	3b	4d	5a	6b	7d
----	----	----	----	----	----	----

Тема 3. Барьеры общения

Ситуационные задачи

Задача 1. Определите, какой барьер возникает в следующей ситуации социального взаимодействия:

Вы знакомитесь с человеком. Он аккуратно одет, приветлив, вежлив, но вам он почему-то не нравится. При этом объяснить, чем именно не понравился новый знакомый вы не можете. (Барьер предвзятости и беспричинной негативной установки)

Задача 2. Определите, какой барьер представлен в рассказе А.П. Чехова «Смерть чиновника», где описан случай, произошедший в театре. Чиновник Червяков во время спектакля чихнул и предположил, что обрызгал сидящего перед ним генерала. Теперь все мысли Червякова направлены на то, чтобы извиниться, а то вдруг генерал обидится... Очевидно сам генерал не придавал значения этому происшествию, однако Червяков постоянно стремится извиниться. На что генерал резонно отвечает:

— Ах, полноте... Я уж забыл, а вы все о том же!

Чем кончилась эта смешная и одновременно печальная история, понятно из названия рассказа — чиновник умер. (Барьер неверных стереотипов)

Задача 3. Какой барьер возникает при пересказ содержания сказки А. С. Пушкина «О рыбаке и рыбке» следующим образом: «Показ Пушкиным поимки золотой рыбки, обещавшей, при условии ее освобождения, значительный выкуп, не использованный вначале стариком, имеет очень важное значение. Не менее важны и реакция старухи на объяснение ее старика о неиспользовании им откупа рыбки, употребление старухой ряда вульгаризмов, направленных в адрес старика и

оскорблявших его достоинство, принудили его к повторной встрече с рыбкой, посвященной вопросу о старом корыте». (Логический барьер)

тест по теме «Барьеры общения»

2. Психологические трудности, возникающие в процессе общения, препятствующие взаимопониманию и взаимодействию

- e) барьеры общения
- f) дефицит внимания
- g) конфликтность
- h) эмоциональная напряженность

2. Соотнесите, к какой группе относятся барьеры общения

- 4) Барьеры отношения
- 5) Коммуникативные барьеры
- 6) Барьеры социокультурных различий
- d) информационно-дефицитный, замещающе-искажающий, эмоциональный
- e) политический, религиозный, профессиональный
- f) предвзятости и беспричинной негативной установки, ожидания непонимания, «боязни» контакта с человеком

3. Вы должны вступить в непосредственное взаимодействие с человеком в деловом или личностном общении, но вас волнует вопрос: «А правильно ли вас поймет партнер?». Какой барьер возникает в этой ситуации

- d) барьер неверных стереотипов
- e) барьер ожидания непонимания
- f) барьер негативной установки, введенной в ваш опыт кем-то

4. Какой барьер возникает, если при необходимости вступления в непосредственный контакт с человеком, вы испытываете неловкость, стеснение, напряжение

- d) барьер возраста
- e) барьер предвзятости и беспричинной негативной установки
- f) барьер «боязни» контакта с человеком

5. К барьерам непонимания относятся

- e) фонетический барьер
- f) семантический барьер
- g) логический барьер
- h) все вышеперечисленные

6. К барьерам социокультурных различий относятся

- e) политические
- f) религиозные
- g) профессиональные
- h) все вышеперечисленные

7. Какой из барьеров не относится к коммуникативным

- d) информационно-дефицитный
- e) фонетический

- f) эмоциональный
- 8. Какой из барьеров не относится к барьерам отношений**
- d) стилистический барьер
- e) барьер возраста
- f) барьер отрицательной установки, введенной в ваш опыт кем-то

Ключ к тесту по теме «Барьеры общения»

1a	2	3b	4c	5d	6d	7b	8a
	1c						
	2a						
	3b						

Тема 4. Методы и приемы для эффективного взаимодействия

Ситуационные задачи

Задача 1. Когда одному человеку необходимо уговорить другого что-то сделать, то, как правило, он, уговаривая, произносит его имя и отчество чаще, чем при обычном разговоре. Почему так происходит? Какой прием аттракции используется в такой ситуации? (Имя собственное)

Задача 2. Для того, чтобы явно оскорбить человека, иногда умышленно называют его другим именем. Этот прием можно встретить в художественной литературе, где показана утрированная форма взаимодействий. Почему литераторы используют такой прием? Какой прием аттракции используется в такой ситуации? (Имя собственное)

Задача 3. Нам не хочется улыбаться тому партнеру по общению, у которого обращенное к нам злое выражение лица. Почему? Какой прием аттракции используется в такой ситуации? (Зеркало отношения)

Задача 4. При прочих равных условиях мы скорее попросим совета у того, кто нас всегда приветствует мягкой, доброй улыбкой, чем у того, кто имеет всегда лицо сфинкса. Почему мы чаще поступаем именно так? Какой прием аттракции используется в такой ситуации? (Зеркало отношения)

Задача 5. При прочих равных условиях нам приятнее иметь дело с человеком, на лице которого доброе и приветливое выражение, появляющееся всегда при встрече с нами, чем с человеком, у которого постоянно брезгливое выражение лица. Почему? Какой прием аттракции используется в такой ситуации? (Зеркало отношения)

Тест по теме «Методы и приемы эффективного взаимодействия»

2. Область психологии, предметом изучения которой являются особенности организации личного пространства человека во время общения с другими людьми.

d) Проксемика

e) Кинесика

f) Такесика

2. Вида пространственных границ для общения

e) интимная

f) личная

g) социальная

h) все перечисленные

3. Зона общения, составляющая от 0 до 45 см. вокруг тела человека

e) интимная

f) личная

g) социальная

h) публичная

4. Зона общения, составляющая 45 - 120 см. вокруг тела человека

e) интимная

f) личная

g) социальная

h) публичная

5. Зона общения, составляющая 120 - 300 см. вокруг тела человека

e) интимная

f) личная

g) социальная

h) публичная

6. Зона общения, составляющая 300 и более см. вокруг тела человека

e) интимная

f) личная

g) социальная

h) публичная

7. Словесное воздействие на людей, при котором достигается минимизация потери информации

d) аттракция

e) фасцинация

f) все перечисленные

8. Соотнесите название и содержание приемов аттракции

1. Имя собственное

2. Зеркало отношения

3. Золотые слова

d) Выражение лица демонстрирует отношение к собеседнику

е) Слова, которые представляют небольшое преувеличение каких-либо положительных сторон человека.

ф) При обращении к собеседнику необходимо произносить имя (имя, отчество) партнера по общению

9. Соотнесите приемы аттракции и удовлетворяемые ими потребности

1. Имя собственное

2. Зеркало отношения

3. Золотые слова

4. Личная жизнь

е) Потребность в самоутверждении

ф) Потребность в самосовершенствовании

г) Потребность в безопасности

h) Потребности в самовыражении

10. Выражение лица демонстрирует отношение к собеседнику

d) Прием аттракции «Имя собственное»

е) Прием аттракции «Зеркало отношения»

ф) Прием аттракции «Золотые слова»

11. Слова, которые представляют небольшое преувеличение каких-либо положительных сторон человека.

d) Прием аттракции «Имя собственное»

е) Прием аттракции «Зеркало отношения»

ф) Прием аттракции «Золотые слова»

12. При обращении к собеседнику необходимо произносить имя (имя, отчество) партнера по общению

d) Прием аттракции «Имя собственное»

е) Прием аттракции «Зеркало отношения»

ф) Прием аттракции «Золотые слова»

13. Терпеливое и внимательное выслушивание собеседника

d) Прием аттракции «Терпеливый слушатель»

е) Прием аттракции «Личная жизнь»

ф) Прием аттракции «Золотые слова»

14. Привлечение внимания к хобби, увлечениям собеседника

d) Прием аттракции «Зеркало отношения»

е) Прием аттракции «Личная жизнь»

ф) Прием аттракции «Имя собственное»

Ключ в тесту по теме «Методы и приемы эффективного взаимодействия»

1a	2d	3a	4b	5c	6d	7b	8	9	10b	11c	12a	13a	14b
							1c	1a					
							2a	2c					
							3b	3b					
								4d					

Тема 5. Вербальные и паралингвистические средства общения

Тест по теме «Вербальные и паралингвистические средства общения»

7. Вербальные средства общения

- e) жесты
- f) речь
- g) мимика
- h) все вышеперечисленные

8. Виды речи

- e) образная
- f) устная
- g) тихая
- h) все вышеперечисленные

9. Приемы вербального общения

- e) использование «метода Сократа»
- f) избегание категоричности в высказываниях
- g) использование приема «Я-утверждение»
- h) все вышеперечисленные

10. Приемы активного слушания

- e) эхо-техника
- f) шёпот
- g) смех
- h) все вышеперечисленные

11. Совокупность звуковых сигналов, которые сопровождают устную речь, принося в нее дополнительные значения

- e) вербальные средства коммуникации
- f) невербальные средства коммуникации
- g) паралингвистические (паравербальные) средства коммуникации
- h) все вышеперечисленные

Ключ к тесту по теме Вербальные и паралингвистические средства общения»

1b	2b	3d	4a	5c
----	----	----	----	----

Тема 6 Невербальные средства общения

Ситуационные задачи

Задача 1. Японцы садятся довольно близко друг к другу и чаще используют контактный взгляд, чем американцы; их не раздражает необходимость соприкасаться руками, локтями, коленями; американцы считают, что азиаты «фамильярны» и чрезмерно «давят», а азиаты считают американцев «слишком холодными и официальными».

Задача 2. А. Пиз наблюдал на одной из конференций, что, когда встречались и беседовали два американца, они стояли на расстоянии около метра друг от друга и сохраняли эту дистанцию в течение всего разговора; когда же разговаривали японец и американец, они медленно передвигались по комнате: японец наступал, а американец отодвигался.

Задача 3. Молодая пара, только что эмигрировавшая в Чикаго из Дании, была приглашена в местный американский клуб. Через несколько недель после того, как их приняли в клуб, женщины стали жаловаться, что они чувствуют себя неуютно в обществе этого датчанина, поскольку он «пристает к ним». Мужчины же этого клуба почувствовали, что якобы датчанка своим поведением намекала, что она для них вполне доступна в сексуальном отношении.

Задача 4. Политический деятель выступает с предвыборной программой. Потрясая указательным пальцем над головами слушателей, он говорит: «Я искренне стремлюсь к диалогу, стараюсь учитывать мнение всех слоев общества...» Делая плавные, округлые жесты обеими руками, он заверяет всех, что у него есть четкая, обдуманная программа.

Тест по теме «Невербальные средства общения»

- 3. Язык жестов, мимики и телодвижений человека называется**
 - d) эспиранто
 - e) боди лэнгвидж
 - f) бейсик
- 4. Признанным знатоком и основателем исследований языка телодвижений является**
 - d) Зигмунд Фрейд
 - e) Аллан Пиз
 - f) Лев Выгодский
- 3. В процессе взаимодействия за счет невербальных средств осуществляется**
 - d) от 20 до 30 % коммуникации
 - e) от 60 до 80 % коммуникации
 - f) от 70 до 90 % коммуникации
- 4. Особенностью языка телодвижений является**
 - d) его проявление обусловлено импульсами подсознания
 - e) его невозможно подделать
 - f) все вышеперечисленное
- 6. Способность улыбаться**
 - d) приобретенная
 - e) врожденная
 - f) культурно обусловленная
- 6. Отсутствие видимых мимических изменений**
 - d) амимия
 - e) анемия

f) афония

7. Совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения

d) кинесика

e) проксемика

f) окулесика

8. Поведенческие аспекты глаз и использование взгляда в качестве способа невербальной коммуникации

d) кинесика

e) проксемика

f) окулесика

9. Исследует пространственные условия общения — расположение собеседников в момент их контакта

d) кинесика

e) проксемика

f) окулесика

10. Правила интерпретации невербальных средств коммуникации

e) нельзя выделить один жест и рассматривать его изолированно от других жестов и обстоятельств

f) один жест может иметь несколько различных значений

g) необходимо учитывать контекст, в котором эти жесты используются

h) все вышеперечисленное

11. Соотнесите название и назначение зон общения

1. Интимная зона

2. Личная зона

3. Социальная зона

4. Публичная зона

e) Выступление перед аудиторией

f) Общение с самыми близкими людьми

g) Общение со знакомыми

h) Общение с чужими людьми

Ключ к тесту по теме «Невербальные средства общения»

1b	2b	3b	4c	5b	6a	7a	8c	9b	10d	11
										1b
										2c
										3d
										4a

Тема 7. Основные формы делового общения

Задание. Составьте примерный телефонный разговор (на выбор) секретаря фирмы и клиента; руководителя организации и партнера по бизнесу.

Ответ: Деловое общение по телефону значительно сокращает затраты времени на решение текущих вопросов, позволяет экономить не только время, но и деньги на деловые поездки в другой город или страну. Невозможно представить себе сегодня деловую жизнь без телефона.

Вот важные основные практические рекомендации:

— сотрудник должен снять трубку как можно быстрее, так как большее число звонков создает у звонящего впечатление, что организация не очень заинтересована в клиентах или что сотрудники данной организации не отличаются служебным рвением и поэтому не стоит иметь дела с этой организацией;

— обязательно нужно поприветствовать звонящего, затем назвать организацию и свою фамилию, если организация большая принято называть не фирму, а отдел, например «бухгалтерия» и т.д.

— нельзя при ответе на любой вопрос говорить категорично «нет». Следует предложить другой возможный вариант разрешения вопроса;

— если звонящий спрашивает сотрудника, которого в данный момент нет, необходимо ответить, что возможно я смогу быть Вам чем-то полезен, или постараюсь выяснить этот вопрос позже, когда данный сотрудник подойдет. Но нельзя сразу же класть трубку;

— если звонок прозвенел в обед, нужно сказать: «У нас обед, поэтому перезвоните после ... часов»;

— нельзя в ответ на звонок говорить: «Пожалуйста, перезвоните», - без объяснения причин такой просьбы;

— в том случае, если сотрудник разговаривает по телефону и есть необходимость взять трубку другого звонящего телефона, сотрудник должен извиниться перед тем, с кем он разговаривает в настоящий момент, взять трубку другого телефона, извинившись, спросить, может ли звонящий подождать, пока сотрудник закончит разговор по первому телефону, получив согласие на ожидание, надо вернуться к первому телефону, завершить разговор и затем снова перейти ко второму телефону и дать необходимую информацию. В случае если второй человек на ожидание не согласен, а другому сотруднику перепоручить разговор нет возможности, надо попросить его позвонить позже, причем обязательно указать удобное время;

Надо уметь правильно завершить телефонный разговор.

Кроме всего перечисленного имеются и психологические особенности общения по телефону

При телефонном общении не видно лица собеседника, его мимики, жестов и поэтому вся нагрузка эмоциональных эффектов ложится на голос - его громкость, тембр, на скорость речи, тон, интонацию. Говорить следует ровно, доброжелательно.

Нельзя поддаваться соблазну «ответить тем же» на несправедливые упреки или грубые слова, допущенные собеседником. Нужно постараться понять причину раздражения собеседника, ответить ему в спокойной манере, частично признать его правоту, даже если его упреки несправедливы, ведь в любой работе есть недостатки;

Не следует допускать перенасыщения телефонным общением, его избыточности, в результате которого может возникнуть психологическая усталость и напряжение с обеих сторон, которые в свою очередь могут привести к раздражительности, обидчивости, недовольству, а это, естественно, повредит деловым контактам;

Не стоит быть инициатором телефонного разговора, находясь во власти раздражения, огорчения и тому подобных отрицательных эмоций. Плохое настроение неизбежно отразится на тоне разговора, на подборе лексических средств выражения мыслей, и собеседник будет полагать, что именно его слова вызвали негативное отношение. А это может привести к взаимному непониманию, и даже к конфликтам в деловой сфере.

Пример телефонного разговора секретаря предприятия и клиента.

Перед нами приемная предприятия по производству мебели.

Звонит телефон.

Секретарь после второго звонка снимает трубку: «Добрый день, компания «Бытовая мебель»- секретарь Зайцева Ирина»

Клиент: «Вас беспокоит Николай Иванович Петров - директор небольшого мебельного магазина. Я прочел объявление в газете о том, что Ваша компания занимается изготовлением мягкой мебели. Будьте любезны, сообщите, как можно мне посмотреть Ваши каталоги, прайс-листы. Возможно, мы сможем найти совместные решения и будем взаимно полезны»

Секретарь: «В нашей компании вопросами продажи и поставок занимается отдел сбыта и продаж, и я Вас могу соединить с ними по телефону. Прайс-листы и каталоги Вы можете получить в данном отделе, а также в нашей приемной. Адрес нашей компании - ул.Ленина д.7.

Клиент: «Спасибо, я пришлю своего представителя для получения каталога. И после просмотра вашей продукции Вам перезвоню. Благодарю за информацию».

Секретарь: «Всего доброго. До свидания».

Тест по теме «Основные формы делового общения»

7. Форма коммуникационного взаимодействия, которая основывается на основных принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношение с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов.

- d) деловое общение
- e) личное общение

f) все вышеперечисленное

8. Формы делового общения

e) свидание

f) совещание

g) дискуссия

h) все вышеперечисленное

9. К деловой беседе можно отнести:

a) разговор в поезде между пассажирами;

b) беседу при приеме на работу;

c) разговор между супругами.

10. Обмен мнениями по вопросу в соответствии с более или менее определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных ее участников

d) деловая дискуссия

e) деловые переговоры

f) публичное выступление

11. Вид коммуникации широко применяется при обсуждении разногласий, в ситуации отсутствия единого мнения по обсуждаемому вопросу.

d) деловая беседа

e) совещание

f) деловой спор

12. Выступление перед аудиторией, изложение какой-либо информации, возможно, с показом наглядного материала, с определенной целью.

d) деловая дискуссия

e) публичное выступление

f) деловой спор

Ключ к тесту по теме «Основные формы делового общения»

1a	2b	3b	4a	5c	6b
----	----	----	----	----	----

Тема 8. Деловая беседа

Задание 1. Вы собираетесь пойти устраиваться на работу и знаете, что нужно пройти собеседование. Как вам лучше подготовиться к этому событию? Как следует вести себя во время собеседования? Какие не следует допускать ошибки при разговоре с работодателем?

Ответ: предварительно прежде всего нужно ознакомиться с фирмой, хорошо представлять себе, что именно нужно Вам в данной работе и какие условия может поставить Вам работодатель. После получения письменного уведомления о приглашении на собеседование необходимо проанализировать еще раз свои возможности и требования: оценить себя как личность, свои достоинства, свои слабости и недостатки.

При подготовке к деловой беседе рекомендуется составлять ее модель, взяв за основу ответы, например, на следующие вопросы: в чем состоит главная цель беседы? могу ли я обойтись без этого разговора? Какой исход возможен? Как я могу воздействовать на собеседника?

Большое значение при деловых контактах имеет внешний вид: любая мелочь может испортить впечатление, могут быть сделаны нежелательные выводы. С внешним видом тесно связана личная гигиена. Одежда должна иметь опрятный и чистый вид. Нельзя надевать крикливую, вычурную одежду, и наносить яркий макияж. Одежда должна соответствовать возрасту и фигуре.

В процессе разговора следует избегать чрезмерных извинений, проявления признательности, а также признаков неуверенности, неуважения, пренебрежения к собеседнику, не вынуждать первыми вопросами подыскивать его контраргументы и занимать оборонительную позицию, которую трудно устранить. Во время всего собеседования следует быть спокойным.

Не следует прибегать ко лжи, даже желая приукрасить свои возможности. Т.к. неискренность очень легко узнаваема и есть вероятность, что Вас заподозрят во лжи.

После того, как будут заданы вопросы с обеих сторон, можно еще раз оговорить свою зарплату и жалование. В конце беседы нужно выяснить каковы будут последующие действия, необходимо ли еще раз встречаться с собеседником, когда будет вынесено окончательное решение ?

После проведения данной беседы нужно проанализировать все положительные и отрицательные моменты. Возможно эти данные могут пригодиться в последующих собеседованиях.

Тест по теме «Деловая беседа»

1.К деловым беседам можно отнести:

- а) разговор в поезде между пассажирами;
- б) беседу при приеме на работу;
- с) разговор между супругами.

2. Укажите функцию деловой беседы:

- а) контроль и координация уже начатых деловых мероприятий;
- б) совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- с) все вышеперечисленное

3. В деловых беседах рассматриваются вопросы:

- а) посвященные выработке концепции того или иного проекта;
- б) касающиеся событий в личной жизни сотрудников;
- с) касающиеся неформального межличностного общения сотрудников.

4. Одной из главных задач деловой беседы является:

- а) сохранить отношения между партнерами;
- б) создать дружескую атмосферу;

с) убедить партнера принять конкретные предложения

5. Для обоснования делового предложения необходимо:

а) получить одобрение руководства;

б) аргументировать полезность предложения для организации;

с) получить одобрение коллег.

6. Документы, в которых фиксируется достигнутая в беседе договоренность, готовятся:

а) до начала беседы;

б) по окончании беседы;

с) по окончании беседы, в ходе которой достигнута договоренность.

7. Предварительная информация о партнере включает:

а) возраст партнера, состояние его здоровья, семейное положение, увлечения, образование, положение в организации;

б) предполагаемую позицию партнера по данному вопросу;

с) все, перечисленное выше.

8. Доброжелательное отношение к собеседнику в заключение беседы необходимо:

а) если достигнута договоренность с партнером;

б) при любом исходе деловой беседы;

с) если планируются дальнейшие контакты с деловым партнером.

9. Эффективность деловой беседы определяется критериями:

а) достижение поставленной цели деловой беседы;

б) доброжелательная обстановка общения;

с) все перечисленное выше.

10. Анализ проведенной деловой беседы необходим в случаях, если:

а) в ходе беседы возник конфликт;

б) в любом случае, независимо от хода и результата беседы;

с) не удалось достичь взаимопонимания.

Ключ к тесту по теме «Деловая беседа»

1b	2с	3а	4с	5b	6а	7с	8b	9а	10b
----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Тема 9. Деловое совещание

Тест по теме «Деловое совещание»

1. Определите тип совещания, на котором обсуждаются вопросы целеполагания, стратегии и тактики деятельности организации:

д) совещания по внутривнутриструктурной координации организации;

е) совещания по планированию;

ф) совещания по контролю за деятельностью работников.

2. Укажите, к какому типу относится совещание, на котором рассматриваются вопросы морального и материального стимулирования сотрудников:

- d) совещания по контролю за деятельностью работников;
- e) совещания по планированию;
- f) совещания по мотивации труда.

3. Дата и время проведения совещания:

- d) определяются в соответствии с возникшей необходимостью, участники оповещаются в день проведения совещания;
- e) определяются заранее, участники оповещаются заблаговременно;
- f) все вышеперечисленное

4. Рассаживание участников совещания осуществляется таким образом, чтобы они:

- d) хорошо видели руководителя совещания;
- e) хорошо видели друг друга, имели возможность наблюдать за мимикой, жестами и движениями партнеров;
- f) имели возможность записывать вопросы и решения совещания.

5. Укажите наиболее оптимальную длительность совещания:

- d) 1,5 часа;
- e) 2 часа;
- f) 45 минут.

6. Какая из задач руководителя совещания является наиболее важной, по вашему мнению?

- d) регулировать ход обсуждаемых вопросов, включенных в повестку дня;
- e) прерывать выступления не по существу;
- f) требовать соблюдения регламента.

8. Методика номинальной группы используется в группах, в которых:

- d) имеются индивидуумы с сильным характером, подавляющие других участников совещания;
- e) имеются участники разного возраста;
- f) имеются участники разного пола.

8. Использование методики «мозговой штурм» исключает:

- d) внесение нескольких идей одним участником;
- e) внесение идей руководителем совещания;
- f) предварительную оценку и оценивание высказываемых идей.

9. Наибольшая возможность высказаться каждому участнику совещания предоставляется при использовании:

- d) Мозгового штурма;
- e) Методики ответов по кругу;
- f) Методики номинальной группы

10. Совещания, на которых происходит свободный обмен мнениями, выработка общего решения, относятся к:

- d) сегрегативным
- e) диктаторским;
- f) дискуссионным.

Ключ к тесту по теме «Деловое совещание»

1b	2с	3b	4b	5с	6а	7а	8с	9b	10с
----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

Тема 10. Деловые переговоры

Задание 1. Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С. Пушкина. Как можно назвать эти переговоры с точки зрения делового общения? Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.

«Нужен мне работник:

Повар, конюх, плотник.

А где мне найти такого

Служителя не слишком дорогого?»

Балда говорит: «Буду служить тебе славно,

Усердно и очень исправно,

В год за три щелка тебе по лбу,

Есть же мне давай вареную полбу».

Призадумался поп,

Стал себе почесывать лоб.

Щелк щелку ведь рознь.

Да понадеялся он на русский авось.

Поп говорит Балде: «Ладно.

Не будет нам обоим накладно...»

Ответ: С точки зрения делового отношения между Попом и Балдой было установлено деловое сотрудничество.

Первое - это заключение трудового договора.

Второе - отношение работника к своим обязанностям.

И третье оплата труда, оговоренная соглашением.

Устанавливая в контракте с работником условия работы и систему оплаты труда, работодатель пошёл на компромисс в расчёте, что экономия средств (в связи с низкими материальными затратами на оплату труда) покроет риски, связанные с возможным физическим ущербом в результате выполнения некоторых условий договора, сформулированных претендентом на должность. Но расчёт был основан на субъективных предположениях, а не на взвешенной оценке ситуации и возможностей работника, что привело к фатальным для работодателя последствиям.

Тест по теме «Деловые переговоры»

16. Можно ли считать переговоры способом реализации коммуникативного процесса делового общения:

d) да;

e) нет;

- f) не знаю
- 17. Целью деловых переговоров может быть:**
 - d) решение ситуационных вопросов;
 - e) доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения;
 - f) продление действующего договора.
- 18. Переговоры как форма делового общения применяется тогда, когда нужно:**
 - d) осуществить контроль за результатами деятельности;
 - e) достигнуть соглашения по проблеме, представляющей интерес для обеих сторон;
 - f) стимулировать производительность труда
- 19. Расставьте в правильной последовательности основные стадии деловых переговоров:**
 - e) анализ результатов переговоров;
 - f) стадия планирования;
 - g) стадия анализа, т.е. оценки первичной ситуации;
 - h) обсуждение точек зрения сторон, дискуссия.
- 20. Для чего нужна повестка дня деловых переговоров:**
 - d) для управления ходом переговоров;
 - e) совсем не нужна, никто не соблюдает повестку дня;
 - f) чтобы контролировать список выступающих
- 21. Для переговоров по модели «с позиции силы» характерны:**
 - d) подтасовка фактов, ложная аргументация, угрозы;
 - e) совместные дискуссии;
 - f) длительные беседы с партнерами
- 22. Для метода принципиальных переговоров характерно:**
 - d) жесткий прессинг;
 - e) взаимные компромиссы;
 - f) нечестная игра в достижении своих целей.
- 23. Определите, что может способствовать успешному ведению переговоров:**
 - d) теплый уважительный тон речи;
 - e) постукивание пальцами по столу;
 - f) потирание глаз.
- 24. Компромиссное решение возможно тогда, когда:**
 - d) стороны готовы пойти навстречу друг другу и удовлетворить хотя бы часть взаимных интересов;
 - e) переговоры зашли в тупик;
 - f) уступки одной стороны значительно превышают уступки другой.
- 25. Для какого стиля переговоров характерно: знание цифр, фактов, деталей, терпение, упорство, настаивание на своей позиции, методичность и последовательность:**
 - e) дружелюбный;
 - f) жесткий;

- g) дотошный;
- h) гибкий

26. Назовите преимущество, если переговоры ведет один человек:

- d) вся ответственность лежит на одном человеке;
- e) один делает все бумаги для переговоров;
- f) в решении вопроса заинтересован только один человек, а не вся команда

27. Для какого национального стиля ведения деловых переговоров характерно избегание обсуждения вопросов «один на один»:

- d) американский;
- e) французский;
- f) арабский;

28. Для арабского стиля ведения деловых переговоров характерно:

- e) профессионализм, настойчивость;
- f) внимание предварительным договоренностям;
- g) акцент на традиции, витиеватые речи, контакт взглядов;
- h) большое влияние общественного мнения, идут на взаимные уступки

29. Использование «позитивных вопросов» в деловом общении направлено на:

- d) психологическое принуждение собеседника к нужному для вас ответу;
- e) на развитие длительного диалога между собеседниками;
- f) на создание благоприятной атмосферы беседы

30. В случае возникновения коммуникативных барьеров происходит:

- d) искажение информации, потеря изначального смысла;
- e) переход на объяснение жестами;
- f) устная речь переходит в письменную

Ключ к тесту по теме «Деловые переговоры»

1a	2c	3b	4	5a	6a	7b	8a	9a	10c	11a	12b	13c	14a	15a
			c b d a											

Тема 11. Деловая переписка

тест по теме «Деловая переписка»

4. Документ информационно-справочного характера, составляемый организацией и направляемый адресату по почтовой или факсимильной связи, электронной почте.

- e) приказ
- f) деловое письмо
- g) распоряжение
- h) все вышеперечисленное

5. Функции делового письма

- f) информационная
- g) организационная
- h) юридическая
- i) коммуникативная
- j) все вышеперечисленное

6. Соотнесите функции делового письма и их сущность

- 8. Информационная
- 9. Организационная
- 10. Юридическая
- 11. Коммуникативная

- e) письмо содержит сведения, факты, информацию различного рода
- f) документ создается с целью организации, координации

деятельности людей

g) содержание сведений, являющихся доказательной базой при рассмотрении спорных ситуаций

h) обеспечивает связи организации с внешней средой, поддержание необходимых контактов, взаимодействие с реальными и потенциальными партнерами и клиентами

4. Отличие деловой переписки от дружеской

- d) использование стилистически нейтральной лексики,
- e) использование стандартных выражений и фраз
- f) все вышеперечисленное

12. Плюсы деловой переписки

- e) выступает средством для построения и поддержания деловых (между компаниями) и межличностных (между людьми) взаимоотношений
- f) временные и финансовые затраты на подготовку сообщений
- g) длящийся временной отрезок между отправкой и получением сообщения

- h) все вышеперечисленное

13. Минусы деловой переписки

e) обеспечивает возможность длительного хранения информации и просмотр ее в любое удобное время

- f) одноплановость

g) позволяет одновременно отправить одно и то же послание нескольким адресатам

- h) все вышеперечисленное

14. Правила деловой переписки

- e) информацию стоит излагать короткими предложениями
- f) не прибегайте к использованию излишних специальных терминов
- g) обязательно проверяйте перед отправкой написанное на наличие ошибок и в целом логику изложения мысли
- h) все вышеперечисленное

Ключ к теме по теме «Деловая переписка»

1b	2e	3	4c	5a	6b	7d
		1a				
		2b				
		3c				
		4d				

Тема 12. Публичное выступление

Тест по теме «Публичное выступление»

8. Наука об убеждении, о формах и методах речевого воздействия на аудиторию.

- d) риторика
- e) психология
- f) логика

9. Социальный портрет аудитории включает в себя

- e) количественный состав аудитории
- f) приблизительный возраст слушателей
- g) круг особых интересов аудитории и набор «запретных тем»
- h) все вышеперечисленное

10. В публичном выступлении Введение должно занимать

- d) 10-20 % всей речи
- e) 20–30 % времени речи
- f) 60-65 % всей речи

11. В публичном выступлении основная часть должна занимать

- d) 10-20 % всей речи
- e) 20–30 % времени речи
- f) 60-65 % всей речи

12. В публичном выступлении заключение должно занимать

- d) 10-20 % всей речи
- e) 20–30 % времени речи
- f) 60-65 % всей речи

13. Какой из перечисленных элементов обязательно должен входить в структуру публичной речи

- d) средняя часть
- e) основная часть
- f) подготовительная часть

14. Какой из перечисленных элементов обязательно должен входить в структуру публичной речи

- d) введение
- e) начало
- f) подготовка

Ключ к тесту по теме «Публичное выступление»

1a	2d	3a	4c	5b	6b	7a
----	----	----	----	----	----	----

Тема 13. Деловая этика и этикет

Ситуационные задачи

Задача 1. В вашем коллективе имеется сотрудник, который скорее числится, чем работает. Его это положение устраивает, а вас нет. Как вы поступите?

- e) Поговорю с этим человеком «с глазу на глаз». Дам понять, что ему лучше уволится по собственному желанию.
- f) Напишу докладную вышестоящему руководству с предложением уволить этого сотрудника
- g) Предложу своему заместителю обсудить эту ситуацию и подготовить свои предложения
- h) Найду для этого человека подходящее дело, прикреплю консультанта, усилю контроль за его работой

Задача 2. У вас сложились натянутые отношения с коллегой. Причины этого не совсем ясны, но нормализовать отношения необходимо, чтобы не страдала работа. Что вы предпримите в первую очередь?

- a) Открыто вызову коллегу на откровенный разговор, что бы выяснить истинные причины натянутых отношений
- b) Прежде всего постараюсь разобраться в собственном поведении по отношению к нему
- c) Обращусь к нему со словами «От наших натянутых взаимоотношений страдает дело. Пора договориться, как работать дальше»
- d) Обращусь к другим коллегам, которые в курсе наших взаимоотношений и могут быть посредниками в их нормализации

Тест по теме «Деловая этика и этикет»

8. Термин «этика» ввел

- d) Аристотель
- e) Ф. Аквинский
- f) Р. Декарт

9. Применение общечеловеческих принципов морали применительно к условиям деятельности данной профессии

- d) Профессиональная нравственность (мораль)

- e) Профессиональная этика
- f) Профессиональная честь
- 10. Конкретные проявления профессиональной нравственности изучает**
 - d) Профессиональная нравственность (мораль)
 - e) Профессиональная этика
 - f) Профессиональная честь
- 11. Оценка значимости той или иной профессии в жизни общества**
 - d) профессиональная нравственность (мораль)
 - e) профессиональная этика
 - f) профессиональная честь
- 12. Выделите принцип, на котором НЕ может быть основано деловое общение**
 - e) доброжелательность
 - f) уважительность
 - g) эгоизм
 - h) порядочность
- 13. Принципы профессиональной морали:**
 - e) принцип гуманизма
 - f) принцип оптимизма
 - g) принцип патриотизма
 - h) все вышеперечисленное
- 14. Соотнесите название и содержание принципов профессиональной морали**
 - 4. Принцип оптимизма
 - 5. Принцип гуманизма
 - 6. Принцип патриотизма
 - d) без веры в человека вряд ли руководитель сможет реализовать свои планы
 - e) уважительное отношение к каждой человеческой личности, понимание ее целостности, неповторимости
 - f) находится посередине между национализмом и заискиванием перед всем иностранным.

Ключ к тесту по теме «Публичное выступление»

1a	2a	3b	4c	5c	6d	7 1a 2b 3c
----	----	----	----	----	----	---------------------

Тема 14. Имидж делового человека

Тест по теме «Имидж делового человека»

1. **Имидж в переводе с английского языка означает**
 - d) впечатление
 - e) образ
 - f) оценка
2. **К внутренним факторам, зависимым от носителя имиджа относятся:**
 - d) общие физические данные, мимика, среда обитания
 - e) коммуникабельность, уровень нравственности
 - f) все вышеперечисленное
3. **Формирование делового имиджа следует начинать с...**
 - d) создания имидж-портрета
 - e) выбора стратегии
 - f) формулирования имиджевых целей
5. **Чему должна соответствовать рабочая одежда?**
 - d) внутренней корпоративной культуре определенной организации (компании)
 - e) интересам, нормам и вкусам клиентов организации
 - f) времени года
6. **Деловая одежда в первую очередь должна быть ...**
 - d) строгой и элегантной
 - e) дорогой и модной
 - f) яркой и стильной
7. **В одном наряде рекомендуется сочетать не более ... цветов:**
 - d) трёх
 - e) четырёх
 - f) двух
8. **Вербальным элементом имиджа является**
 - d) речь
 - e) одежда
 - f) почерк
9. **Дресс-код – это**
 - d) форма одежды, требуемая во время посещений определенных мероприятий, заведений и организаций
 - e) иностранная забава
 - f) правила поведения людей в обществе, поддерживающие представления данного общества о подобающем.

Ключ к тесту по теме «Имидж делового человека»

1b	2c	3c	4a	5a	6a	7a	8a
----	----	----	----	----	----	----	----

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

ЭЛЕКТРОННОЕ УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

© Северо-Кавказский социальный институт, 2022

Юридический адрес: 355012, г.Ставрополь, ул.Голенева, 59а

Почтовый адрес: 355012, г.Ставрополь, ул.Голенева, 59а

ЭЛЕКТРОННОЕ ИЗДАНИЕ СЕТЕВОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ