

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Московской области
«Московский областной медицинский колледж №1»**

Специальность 31.02.01 «Лечебное дело»

Цикловая методическая комиссия
общепрофессиональных дисциплин

Дисциплина *«Психология общения»*

**Учебно-методический комплект к теоретическим и практическим
занятиям по дисциплине
«Психология общения»**



Составила: преподаватель –
Жукова Лариса Валерьевна

2021 год

Специальность: 31.02.01 «Лечебное дело»

Разработчик: преподаватель – Жукова Лариса Валерьевна

ГБПОУ МО «Московский областной медицинский колледж № 1»

Рассмотрен и утвержден

на заседании ЦМК
«Общепрофессиональных
дисциплин»
« » ____ 2020 год

Председатель ЦМК _____
Ф.И.О. Верина Е.Н.

Согласовано

Заместитель директора по учебной
работе
Ф.И.О. Шабарова М.Н.

« » _____ 2020 год

Учебно-методический комплект к занятиям по дисциплине «Психология общения», предназначен для преподавателей и студентов в качестве методической помощи при подготовке к проведению занятий по данной дисциплине для специальности 31.02.01 «Лечебное дело» (очная форма обучения).

Содержание

	стр.
Пояснительная записка	3
Тема 1. Введение в психологию общения. Социально-психологический анализ общения	8
Тема 2. Коммуникативная, перцептивная и интерактивная стороны общения	24
Тема 3. Психологические аспекты работы в команде	38
Тема 4. Эмоции в общении	54
Тема 5. Конструктивное разрешение конфликтов	67
Тема 6. Психологические аспекты публичного выступления	79
Тема 7. Психология делового общения	85
Тема 8. Имидж медицинского работника	97
Контрольные задания	104
Глоссарий по дисциплине	106

Пояснительная записка

Умение успешно вести деловые переговоры, эффективно работать в команде, организовывать членов своей команды – это важнейшие компоненты профессиональной культуры медицинского специалиста.

Изучение учебной дисциплины «Психология общения» является важным условием для развития профессиональной подготовки медработника, а именно: для способности установить с пациентом доверительный контакт, поддерживать благоприятную, комфортную психологическую среду в медицинском учреждении, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями, а также для гармоничного развития личности, эффективного выполнения социальных функций в обществе, коллективе и семье.

Данный комплект составлен в соответствии с рабочей программой по учебной дисциплине «Психология общения», по специальности 31.02.01 Лечебное дело (очная форма обучения). В комплекте представлен базовый теоретический материал для подготовки к лекционным и практическим занятиям по дисциплине «Психология общения». Представляемый материал снабжен таблицами, рисунками, схемами для большей наглядности. В данном учебно-методическом комплекте также есть творческие задания и задания для самоконтроля знаний.

Учебные цели

1. Сформировать, систематизировать и закрепить знания по психологии общения.
2. Закрепить со студентами понятия: общение, коммуникация, деловая коммуникация, вербальное общение, невербальное общение, проксемика, кинесика, такесика, перцепция в процессе общения, группа, коллектив, команда, конформизм, лидерство, социальный стереотип, эмпатия, профилактика конфликтов, межкультурная коммуникация, имидж медицинского работника.
3. Обучить студентов принципам поиска и систематизации информации по изучаемой тематике, использования полученных сведений в профессиональной деятельности.

Развивающие цели

1. Развить познавательный интерес, навыки самостоятельной работы, логическое и аналитическое мышление.
2. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

3. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения.

Воспитательные цели

1. Сформировать у студентов навык коллективной и индивидуальной работы.

2. Формировать сознательное отношение к важности изучения психологии общения.

3. Способствовать формированию личности, воспитывать ответственность, внимательность, аккуратность, терпение и такт при общении с пациентом, чувство долга. Бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, уважать социальные, культурные и религиозные различия.

В результате освоения учебной дисциплины «Психология общения» обучающийся должен обладать следующими умениями, знаниями, которые формируют общие и профессиональные компетенции:

Уметь

- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности;
- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;

Знать:

- взаимосвязь общения и деятельности;
- цели, функции, виды и уровни общения;
- роли и ролевые ожидания в общении;
- виды социальных взаимодействий;
- механизмы взаимопонимания в общении;
- техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения;
- этические принципы общения;
- источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов.

В процессе занятий работать над формированием компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения возложенных на него профессиональных задач, а также для своего профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям народа, уважать социальные, культурные и религиозные различия.

ОК 11. Быть готовым брать на себя нравственные обязательства по отношению к природе, обществу, человеку.

ПК 1.1. Планировать обследование пациентов различных возрастных групп.

ПК 1.2. Проводить диагностические исследования.

ПК 1.3. Проводить диагностику острых и хронических заболеваний.

ПК 1.4. Проводить диагностику беременности.

ПК 1.5. Проводить диагностику комплексного состояния здоровья ребенка.

ПК 2.1. Определять программу лечения пациентов различных возрастных групп.

ПК 2.2. Определять тактику ведения пациента.

ПК 2.3. Выполнять лечебные вмешательства.

ПК 2.4. Проводить контроль эффективности лечения.

ПК 2.5. Осуществлять контроль состояния пациента.

ПК 2.6. Организовывать специализированный сестринский уход за пациентом.

ПК 2.7. Организовывать оказание психологической помощи пациенту и его окружению.

ПК 3.1. Проводить диагностику неотложных состояний.

ПК 3.2. Определять тактику ведения пациента.

ПК 3.3. Выполнять лечебные вмешательства по оказанию медицинской помощи на догоспитальном этапе.

ПК 3.4. Проводить контроль эффективности проводимых мероприятий.

ПК 3.5. Осуществлять контроль состояния пациента.

ПК 3.6. Определять показания к госпитализации и проводить транспортировку пациента в стационар.

ПК 4.1. Организовывать диспансеризацию населения и участвовать в ее проведении.

ПК 4.2. Проводить санитарно-противоэпидемические мероприятия на закрепленном участке.

ПК 4.3. Проводить санитарно-гигиеническое просвещение населения.

ПК 4.4. Проводить диагностику групп здоровья.

ПК 4.5. Проводить иммунопрофилактику.

ПК 4.6. Проводить мероприятия по сохранению и укреплению здоровья различных возрастных групп населения.

ПК 4.7. Организовывать здоровьесберегающую среду.

ПК 4.8. Организовывать и проводить работу Школ здоровья для пациентов и их окружения.

ПК 5.1. Осуществлять медицинскую реабилитацию пациентов с различной патологией.

ПК 5.2. Проводить психосоциальную реабилитацию.

ПК 5.3. Осуществлять паллиативную помощь.

ПК 5.4. Проводить медико-социальную реабилитацию инвалидов, одиноких лиц, участников военных действий и лиц из группы социального риска.

ПК 5.5. Проводить экспертизу временной нетрудоспособности.

ПК 6.1. Рационально организовывать деятельность персонала с соблюдением психологических и этических аспектов работы в команде.

ПК 6.2. Планировать свою деятельность на фельдшерско-акушерском пункте, в здравпункте промышленных предприятий, детских дошкольных учреждениях, центрах общей врачебной (семейной) практики и анализировать ее эффективность.

ПК 6.3. Вести медицинскую документацию.

ПК 6.4. Организовывать и контролировать выполнение требований противопожарной безопасности, техники безопасности и охраны труда на ФАПе, в здравпункте промышленных предприятий, детских дошкольных учреждениях, центрах, офисе общей врачебной (семейной) практики.

ПК 6.5. Повышать профессиональную квалификацию и внедрять новые современные формы работы

Методы обучения:

- информационно-развивающий (знакомство с основными понятиями психологии общения);
- частично-поисковый (решение проблемных и ситуационных задач);
- коллективное обсуждение (анализ жизненных ситуаций, ведение дискуссий).

Педагогические технологии:

1. Педагогика сотрудничества (развитие способностей через гуманизацию педагогических отношений; планирование деятельности).
2. Групповые технологии (выполнение общего задания; обсуждение общего задания; общий вывод преподавателя).

Оснащение занятия:

1. Дидактический обучающий материал:
 - теоретическая информация для углубления и систематизации знаний студентов;
 - мультимедийные презентации к каждому занятию;
2. Контролирующий материал:
 - задания в тестовой форме для проверки знаний;
 - задания для письменного и устного опроса;
 - задания для самостоятельной работы.

Необходимая литература:

Основные источники:

1. Столяренко Л.Д., Самыгин С.И. Психология общения: учебник. – Ростовн/Д: Феникс, 2016. – 317 с. – (Среднее профессиональное образование).
2. Полянцева О.И. Психология для средних медицинских учреждений: учеб.пособие/О.И. Полянцева. – Изд. 8-е, испр. – Ростов-н/Д: Феникс, 2017. – 432 с.

Дополнительные источники:

1. Анцупов, А. Я. Конфликтология : [теория и практика] / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. - 6-е изд., испр. и доп. - Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 525 с.: ил., табл. - (Учебник для вузов)
2. Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2015. — 592 с.: ил.

Тема 1. Введение в психологию общения. Социально-психологический анализ общения

Психология общения изучает закономерности общения и взаимодействия людей, роль общения в системе общественных и межличностных отношений.

Общение – это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности.

Общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов (личностей, групп), характеризующийся обменом деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а также результатами деятельности, что является одним из необходимых и всеобщих условий формирования и развития общества и личности.

Цель общения заключается в том, чего хочет достичь его участник, - передать или получить информацию, попросить или отказать в помощи, напугать или расположить к себе, заполнить время или получить сочувствие. Поставленная цель во многом определяет характер нашего общения.

Общение – это такой вид совместной деятельности человека, без которого невозможен любой другой вид совместной деятельности. Общение сопровождает многие виды труда.

Общение – это взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией, имеющей познавательное и/или эмоциональное значение.

Обмен информацией между людьми называется коммуникацией.

Выделяют ряд коммуникативных потребностей:

- в другом человеке и взаимоотношениях с ним;
- в принадлежности к общности людей;
- в сопереживании и сочувствии;
- в заботе, помощи и поддержке со стороны других;
- в оказании поддержки, заботы и помощи другим;
- в установлении деловых связей для осуществления совместной деятельности и сотрудничестве;
- в постоянном обмене знаниями и опытом;
- в оценке со стороны других, в признании заслуг, уважении, авторитете;

- в выработке общего с другими людьми понимания и объяснения объективного мира и процессов, происходящих в нем.

Наличие у человека потребности в общении делает общение и связанное с ним отношение к людям одной из ведущих ценностей человека.

Все моральные качества и проблемы людей проявляются в общении. Для общения большое значение имеют общечеловеческие ценности – доброта, искренность, взаимопонимание, толерантность, милосердие, потребность в дружбе, любви, духовность и душевность. Само общение есть самостоятельная духовно-нравственная ценность.

Напишите ваше мнение: в чем ценность человеческого общения?



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Рис. 1.1. Задание: напишите, в чем состоит ценность человеческого общения.

Общение очень многообразно в своих проявлениях, имеет много видов, стилей, обладает различными функциями.

Виды общения

Прямое – подразумевает личные контакты.

Косвенное – контакты через посредников: других людей или средства связи.

Целевое – общение ради самого общения.

Инструментальное – для решения какой-либо задачи.

Вербальное – при помощи устной или письменной речи.

Невербальное – с использованием жестов, мимики, пантомимики, различных СИМВОЛОВ.

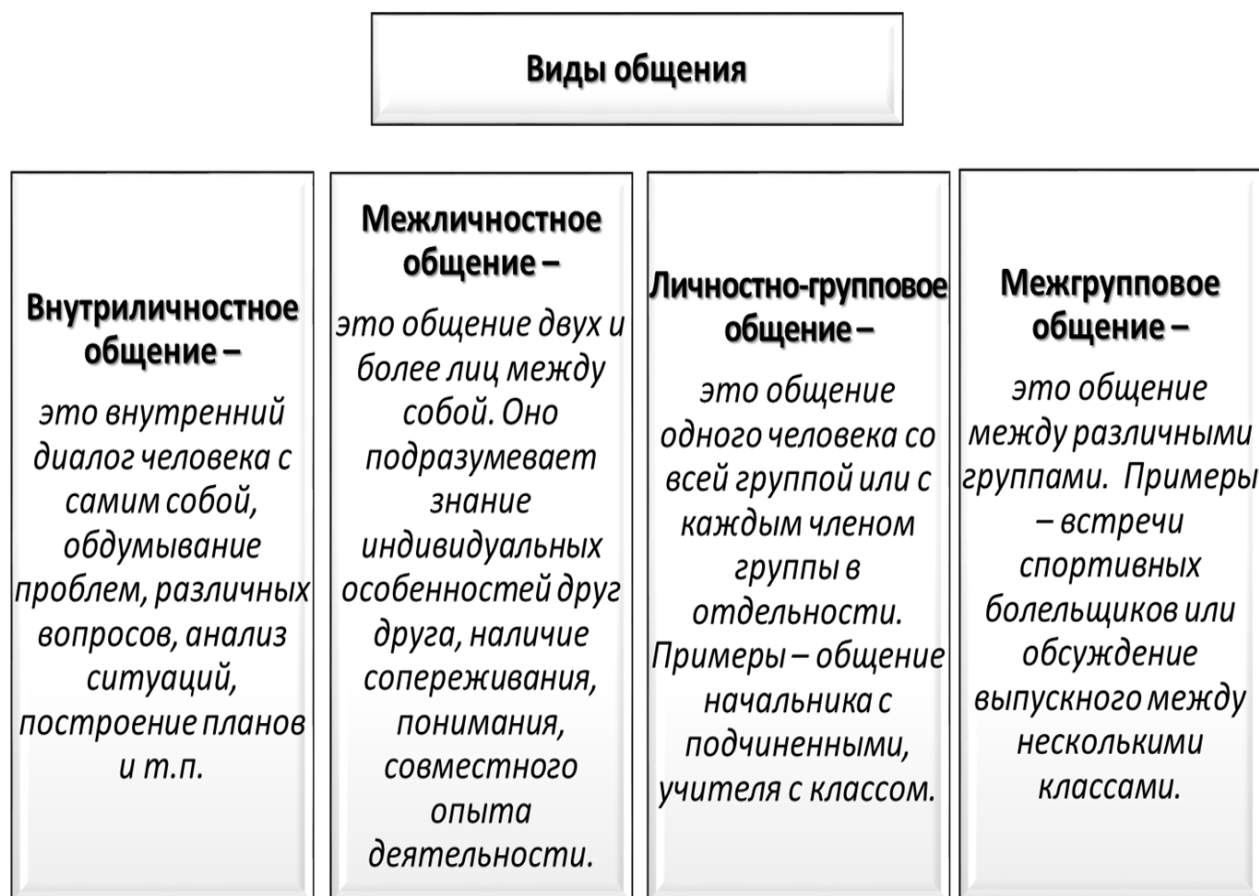


Рис. 1.2. Виды общения по количеству участников

Общение играет важную роль в жизни человека и выполняет множество различных функций.

Информационная функция общения обеспечивает прием и хранение информации, а также передачу информации для совершения определенных действий.

Экспрессивная функция проявляется в переживании человеком своих отношений с людьми, а также в эмоциональной связи с действительностью. Обеспечивает взаимопонимание, постижение переживаний и эмоциональных состояний партнеров по общению и установление на этой основе доверительных взаимоотношений.

Регулятивная функция общения направлена на координацию и коррекцию поведения при непосредственной организации совместной деятельности людей в процессе их взаимодействия. В процессе общения человек осуществляет регуляцию не только собственного поведения, но и поведения других людей, и реагирует на их действия, таким образом происходит процесс взаимного налаживания действий.

Функция социального контроля помогает регламентировать поведение и деятельность каждого человека в обществе. Сюда также относится процесс управления общественно-трудовыми отношениями.

Функция социализации обеспечивает усвоение опыта и передачу его другим людям, формирование навыков взаимодействия в обществе в соответствии с принятыми нормами и правилами.

Также выделяют следующие функции:


Интегративная функция - используется как средство объединения деловых партнеров для совместного коммуникативного процесса.

Функция самовыражения помогает самоутвердиться, продемонстрировать личностный интеллект и психологический потенциал.

Трансляционная функция – служит для передачи конкретных способов деятельности, оценок, мнений и др.

Внутриличностная функция – благодаря диалогу с самим собой мы принимаем определенные решения, совершаем поступки.

Функции общения



- информационная;
- экспрессивная (эмоциональная);
- регулятивная;
- социального контроля;
- социализации.




Рис. 1.3. Функции общения

Цели общения

- Оказание помощи другому человеку.
- Получение помощи.
- Поиск человека, от которого можно получить эмоциональную поддержку (внимание, сочувствие, похвалу и т.п.)
- Поиск партнера для совместной беседы, деятельности и т.п.
- Самовыражение.
- Приобщение других людей к своим или общечеловеческим ценностям (воспитание, обучение).

Одним из важных показателей является эффективность общения, которая зависит от многих факторов. Одними факторами можно управлять, поэтому их специально организуют для того, чтобы цель общения была достигнута с наибольшей вероятностью. Другими факторами управлять невозможно или крайне проблематично, поэтому их надо просто учитывать при построении стратегии и тактики общения.

К факторам эффективного общения относятся:

1) ситуация и обстановка общения – официальная или интимная. Обстановку общения надо менять в зависимости от целей. Если предстоит деловое совещание, то обстановка должна быть строгой и официальной, в офисе за столом. Для доверительного разговора подойдёт мягкая обстановка, не за официальным столом, а, например, с чашкой чая за небольшим столиком в креслах.

2) психологические характеристики участников общения – возрастные и половые особенности, психологические установки, мотивы, свойства темперамента и характера;

3) социальный статус участников общения;

4) социально-психологические особенности коллектива;

5) наличие общего тезауруса у партнеров по общению.



Рис. 1.4. Факторы эффективного общения.

Важный фактор эффективного общения – умение слушать и слышать

Рефлексивное слушание — слушание, при котором собеседник старается добиться большой точности и полноты понимания того, что ему говорит партнер.

Слушание состоит из восприятия, осмысления и понимания. Если мы невнимательно слушаем собеседника, то один из этих процессов нарушается. «Слушать» и «слышать» – это не одно и то же. Очень часто общение бывает неэффективно из-за того, что собеседники слышат только сами себя. Поэтому важно развивать в себе умение произвольно сосредотачивать все свое внимание на том, что говорит собеседник. Для этого необходимо:

1. Физически и психологически подготовиться к слушанию. Когда слушатель заинтересован в информации, которую слышит, он выпрямляется, слегка подается вперед, замирает и смотрит прямо на говорящего. Это помогает сфокусировать внимание на важной информации и заблокировать всплывающие в сознании посторонние мысли.

2. Полностью переключиться с роли говорящего на роль слушающего. Общение не строится на монологах. Человек в процессе общения постоянно меняет роли с говорящего на слушающего. Слушая собеседника, он заранее начинает подготавливать ответ и ждет момента, чтобы вставить свою реплику.

При этом эффективность слушания резко снижается. Поэтому переключение с роли говорящего на роль слушающего требует постоянных и продолжительных усилий, особенно во время спора.

3. Выслушать, прежде чем реагировать. Часто слушающий прекращает слушать прежде, чем собеседник закончит говорить, потому что «знает», что тот хочет сказать, хотя это знание – не более чем предположение. Поэтому надо выработать у себя привычку дотерпеть слушание собеседника до конца его речи.

Таблица 1.1. Приемы эффективного слушания

Приемы эффективного слушания
1. Выявите свои привычки слушания, сильные и слабые стороны, характер допускаемых ошибок. Не слишком ли быстро вы судите о людях? Часто ли перебиваете собеседника? Какие помехи общения характерны для ваших ответов? Какие из них наиболее часто повторяются? Знание своих привычек – это первый шаг к их совершенствованию.
2. Не уходите от ответственности за общение. Она обоюдна, поскольку в общении участвуют двое, причем выступают в роли слушающего попеременно. Умейте показать собеседнику, что вы действительно слушаете и понимаете его. Этого можно добиться уточняющими вопросами, активными эмоциями. Как может партнер узнать, что понят, если ему не сказать об этом?
3. Будьте внимательны. Умейте поддерживать с говорящим визуальный контакт, но без назойливости и пристального взгляда (что подчас воспринимается как враждебность). Следите, чтобы ваши позы и жесты свидетельствовали: вы его слушаете. Помните, что он хочет общаться с внимательным живым человеком.
4. Умейте сосредоточиваться на том, что говорит участник диалога. Это требует сознательных усилий, поскольку сосредоточенное внимание удерживается недолго (менее одной минуты). Старайтесь до минимума свести ситуационные помехи (телевизор, телефон). Не допускайте «блуждания» мыслей.
5. Стремитесь понять не только смысл слов, но и чувства собеседника. Помните, что люди передают свои мысли и чувства «закодированными» в соответствии с принятыми социальными нормами.
6. Умейте быть наблюдательным. Следите за неречевыми сигналами говорящего

(поскольку на эмоции приходится большая часть общения) и выражением лица: как он смотрит на вас, как поддерживает контакт, как сидит или стоит, как ведет себя во время разговора. Соответствуют ли неречевые сигналы собеседника его речи или противоречат ей?

7. Придерживайтесь одобрительной реакции по отношению к излагающему свою мысль. Ваше одобрение помогает ее точнее выразить. Любая отрицательная реакция с вашей стороны вызовет у того, с кем вы общаетесь, защитную реакцию, неуверенность, настороженность.

8. Прислушайтесь к самому себе. Ваша озабоченность и эмоциональное возбуждение мешают слушать партнера. Если его речь и поведение затрагивают ваши чувства, постарайтесь выразить их: это прояснит ситуацию, устранил помехи в диалоге.

9. Помните, что часто цель обращающегося – получить от вас что-то реальное, или изменить ваше мнение, или заставить вас сделать что-либо. В этом случае действие – лучший ответ собеседнику.

Эффективность общения может быть снижена из-за психологических барьеров.

Психологический барьер (франц. *barriere* – преграда, препятствие) – внутреннее препятствие психологической природы (нежелание, боязнь, неуверенность и т. п.), мешающее человеку успешно общаться, устанавливать открытые и доверительные контакты с другими людьми.

Отсутствие авторитета

Действие авторитета заключается в существенном влиянии на собеседника. Определив, кто является, а кто не является авторитетом, мы начинаем не критически доверять первому и не доверять второму.

В результате возникает доверие или недоверие, которые персонифицируются и не зависят от особенностей передаваемой информации, а тесно связаны с личностью говорящего.

Если человек не является авторитетом, мы подвергаем его критике.

Таким образом, отсутствие авторитета препятствует эффективному общению.

Происхождение авторитета зависит

- от социального положения, статуса;
- от превосходства по важному в данный момент параметру;
- от принадлежности человека к реальной авторитетной группе,
- от возраста

Интеллектуальный барьер

1) вербальный – способность оперировать словами, символами, числами, идеями, логическими доводами;

2) социальный – способность понимать состояния других людей и предвидеть развитие различных социальных ситуаций.

Мотивационный барьер

Возникает, если у партнеров разные мотивы вступления в контакт, если один заинтересован в предмете разговора, а другой – интересуется другой темой. Поэтому важно с самого начала понимать, что же волнует вашего собеседника, а не только вас.

Барьер отрицательных эмоций

Возникает в общении с расстроенным человеком.

Если партнер, который обычно с вами вежлив, встречает вас нелюбезно, разговаривает не поднимая глаз и т.п., не спешите принимать это на свой счет: может, он не в состоянии справиться с плохим настроением из-за хода собственных дел, семейных неурядиц и т.п.

Этический барьер

Возникает тогда, когда взаимодействию с партнером мешает его нравственная позиция, несовместимая с вашей. Идти ли на компромисс, каждый решает сам, а вот пытаться перевоспитать или стыдить партнера не рекомендуется

Эстетический барьер

Возникает в том случае, когда партнер неопрятно, неряшливо одет или обстановка в его кабинете, вид рабочего стола не располагают к беседе.

Преодолеть внутреннее препятствие к ведению разговора трудно, нельзя показывать, что нас что-то коробит.

Барьер компетентности.

Собеседники могут интерпретировать одно и то же сообщение по-разному, в зависимости от уровня своей компетентности и предшествующего опыта, что приводит к вариациям в процессах кодирования и декодирования информации. Этот фактор является весьма существенным, он подрывает общность в коммуникации, общение имеет тенденции к разрушению. Эффективным оно становится лишь тогда, когда собеседников объединяет общее поле опыта, общее пространство, в противном случае один из участников общения кодирует сообщение, исходя из своего видения, а получатель — декодирует только на основании своего опыта. Следовательно, можно говорить с партнером на одном языке и при этом не понимать его.

Избирательное слушание.

При этой форме избирательного восприятия человек имеет тенденцию к блокированию новой информации, особенно если она противоречит существующим суждениям. Так, в информации о вреде курения ее получатель (курящий человек) замечает только то, что подтверждает его суждение («Все курят и ничего»). Сообщение, которое противоречит уже сложившимся представлениям, либо игнорируется, либо искажается так, чтобы оно соответствовало собственным представлениям. Иными словами, если мы слышим только то, что мы хотим услышать, то наша реальность не будет нарушена.

Оценочные суждения.

В каждой ситуации общения собеседник высказывает оценочные суждения. В принципе это означает суждение об общей ценности сообщения до получения коммуникации в целом. Оценочные суждения базируются на оценке отправителя получателем на основе предыдущего опыта общения с ним или на оценке ожидаемого значения сообщения. Мы оцениваем мнение и опыт собеседника, выражая эту оценку фразами примерно такой формы: «Вы говорите ерунду, лучше послушайте, что я Вам скажу». Оценочные суждения приводят к появлению негативных эмоций в разговоре, вследствие чего взаимопонимание нарушается.

Внутригрупповой язык.

Каждый из нас в разное время сталкивался с ярко выраженным специальным жаргоном, который, как выяснялось впоследствии, обозначает простые процедуры и знакомые вещи. Например, исследователь может попросить студентов «подготовить инструмент как часть экспериментального подхода» — вскоре студент узнает, что ему лишь предложили заполнить анкету в письменном виде.

Трудовые, профессиональные социальные группы часто создают жаргон, который понятен только членам этих групп. Такой специфический язык может выполнять позитивные функции. Он вызывает у членов групп чувство причастности, спаянности и (во многих случаях) самоутверждения и облегчает эффективное общение внутри группы.

Медицинский сленг, терминология понятна специалистам, но не ясна пациентам. Использование медработником непонятных слов может привести к нарастанию тревоги, страха или агрессии у пациента, который в эмоциональном перенапряжении уже не сможет адекватно воспринимать дальнейшую информацию.

Давление времени.

Давление времени также может стать серьезным коммуникативным барьером. Например, из-за дефицита времени кому-то не предоставляют обещанное ранее слово, а он может неадекватно среагировать на эту ситуацию (например, обидеться).

Перегрузка общения.

Наше время часто называют «информационной» эрой или «эпохой информации». Люди не могут своевременно ответить на все сообщения, адресованные им, поэтому они их «отсеивают», и, следовательно, некоторые из сообщений никогда не прочитываются.

Барьер установки.

Собеседник может обладать негативной установкой по отношению к организации, представителем которой вы являетесь, или лично к вам. При наличии неприязни со стороны собеседника, следует отнестись к ней как к проявлению невежества, слабости, отсутствия культуры, простой неосведомленности. Тогда несправедливое отношение или неадекватное поведение партнера не будет вас задевать, а вскоре оно и вовсе исчезнет, так как ваши дела и поступки заставят партнера изменить свое мнение.

Барьер психологической защиты.

Выстраиваемая психологическая защита — один из серьезных барьеров общения. Быть может, ваш равнодушный, неприветливый, неразговорчивый или агрессивный, взвинченный, напряженный собеседник нуждается в понимании, в том, чтобы его выслушали и поняли. Осознав, что барьер в общении с неудобным партнером вызван его желанием защититься, попробуйте изменить отношение к нему, и сложности в общении с таким человеком исчезнут.

Барьер темперамента.

У каждого человека свой темперамент, но воспитанные, владеющие собой люди умеют вести себя так, чтобы их темперамент не был источником конфликта или дискомфорта. Не все, однако, хотят и умеют разобраться в себе и контролировать себя. Люди с ярко выраженными особенностями темперамента достаточно часто бывают неудобными собеседниками.

Сангвиник — уравновешенный, подвижный, преобладает хорошее настроение. Быстро сходится с людьми, жизнерадостный, легко переключается с одного дела на другое, не любит однообразной рутинной работы. У сангвиника быстро возникают чувства радости или горя, привязанности или враждебности, но эти чувства неглубоки.

Флегматик – медлительный, уравновешенный. Как правило, всегда доводит начатое дело до конца. Выдержанный, спокойный, хладнокровный, его трудно вывести из себя. Устойчивые интересы и стремления. У флегматиков есть способность к работе, требующей длительного сосредоточения, усидчивости.

Холерик – человек порывистый, импульсивный, быстрый, подвижный, возбудимый. У него быстрая, громкая речь, выразительная мимика, резкие движения. Холерик склонен к бурным эмоциональным вспышкам, резкой смене настроения. В общении с другими людьми холерики резки, часто провоцируют конфликтные ситуации.

Меланхолик – его эмоции чувства отличаются большой глубиной, силой и длительностью. Чувствительный и ранимый. Тяжело переживает обиды и огорчения, хотя внешне это может слабо проявляться. Меланхолики избегают новых людей, чувствуют себя неловко в новой обстановке. Им свойственна глубина и постоянство, тонкость восприятия.

Слухи, сплетни.

Словарь С. И. Ожегова определяет сплетню как «слух о ком-нибудь или чем-нибудь, основанный на неточных или заведомо неверных сведениях».

Слухи — это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации, придающая ей некоторую особенность), передающаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», и функционирующая исключительно в звуковой форме.

Слух - один из видов распространения информации.

Сплетня – это недоброжелательный или порочащий слух о ком-нибудь, чем-нибудь, основанный на неточных или заведомо неверных сведениях, злостное перевираание фактов.

Общение может осуществляться на различных уровнях. Это зависит от наших потребностей, целей, этических установок, заинтересованности в собеседнике

Уровни общения

1. Примитивный уровень.

Для человека, который общается на этом уровне, собеседник выступает не как равноправный партнер, а как предмет, предназначенный для выслушивания его речей или же мешающий ему. Преобладает эгоистическая позиция: если другой человек необходим, надо овладеть его вниманием, можно к нему прислушаться; если другой человек не нужен, его можно оттолкнуть, проигнорировать, не заметить. У этих людей отсутствует критическое отношение к себе.

Восприятие собеседников на этом уровне общения упрощено и шаблонно. Внутренний мир собеседника игнорируется, оценка производится только по внешнему виду.

Нормы этики в общении абсолютно не соблюдаются:

- отношение к собеседнику выражается открыто и прямо, без учета его чувств и норм общественного поведения (в грубой форме оценивается внешний вид, телосложение, особенности в одежде, возраст собеседника);
- игнорируются правила вежливости, не произносятся слова приветствия, прощания;
- собеседника абсолютно не слушают, игнорируют его слова;
- речь быстрая, без пауз и логических переходов, часто сопровождается вульгарной лексикой или словами-паразитами.

2. Манипулятивный уровень.

Партнер по общению воспринимается как соперник, которого надо обыграть. Выигрыш может быть материальным, житейским или психологическим. В процессе общения манипулятор старается выявить слабые места у партнера, чтобы потом, нажимая на болевые точки, извлечь свою выгоду.

Манипулятивное общение – это неэтичная форма взаимодействия. Здесь используются ложь, угрозы, обвинения, шантаж, притворная любовь, наигранная слабость, заигрывание, лесть, обещания – все это средства для обмана собеседника, имеющие целью заставить человека делать то, что выгодно манипулятору.

Манипулятор может использовать свои хитрости вполне осознанно. Но зачастую, человек опускается на манипулятивный уровень общения, сам не замечая этого за собой. Основные причины такого падения: специфика профессии (например, торговля), низкая самооценка, профессиональное выгорание.

3. Стандартизированный уровень или «контакт масок».

В данном общении нет желания взаимодействовать или нет психологической готовности к общению. Общение становится поверхностным, формальным, шаблонным.

Человек выбирает себе ту или иную «маску»: доброты, простодушия, безразличия, агрессии и т.п. За этой маской скрываются истинные чувства, мысли и цели человека. При этом всячески подчеркивается стремление как можно скорее прекратить общение, нет интереса к личности собеседника, нет желания понять чувства и намерения партнера по общению.

Человек может вести себя формально-вежливо, притворно-агрессивно, чужаковато, наигранно-скромно или иным, заранее предусмотренным образом.

После такого общения создается впечатление, что собеседник не был открытым и искренним.

4. Игровой уровень.

Для этого уровня характерны взаимный интерес и расположение собеседников. В данном случае собеседники хорошо друг друга знают, стремятся принести друг другу пользу, радость. В общении характерна атмосфера взаимного доверия, равенства и позитивного настроения. Партнеры ценят достоинства друг друга и прощают недостатки.

Этот уровень насыщен положительными эмоциями и чувствами, искренним интересом к личности другого человека и симпатией к нему.

На игровом уровне общаются люди знакомые не первый день, успевшие достаточно узнать друг друга, чтобы хотеть продолжать отношения. Здесь царят гуманность, галантность, тактичность, доброжелательность, заинтересованность, уступчивость, забота, чувствительность и чувственность.

Люди играют, но не для того, чтобы добиться корыстной цели или выглядеть кем-то, кем они не являются, а для того, чтобы произвести наилучшее впечатление на партнера. Собеседники стремятся раскрыться друг перед другом с лучшей стороны.

На этом уровне общаются мужчина и женщина, особенно на первом этапе взаимоотношений, все влюбленные, симпатизирующие друг другу, друзья и все, кто испытывает друг другу просто теплые позитивные чувства

5. Конвенциональный уровень.

Конвенция означает согласие.

Такой уровень общения характерен для людей с высоко развитой культурой.

У собеседников есть желание и потребность общаться. Общение на этом уровне позволяет решать любые межличностные проблемы, глубже понимать психологическое состояние партнера по общению, используя наиболее приемлемые формы взаимодействия.

Собеседники придерживаются определенных этических правил:

- принимают и уважают друг друга;
- стараются понять точку зрения друг друга;
- ставят общую цель – договориться;
- общаются открыто, искренне, говорят прямо, но с уважением, даже если они являются оппонентами.

6. Деловой уровень.

Собеседников объединяет общее дело. На этом уровне партнеры по общению стремятся решить деловые вопросы, затрагивающие интересы каждого из них, трудового коллектива, всего общества.

Собеседники общаются на равных, открыты друг другу, всегда готовы прийти на помощь.

В отношениях присутствуют доверие, искренность, взаимная поддержка и привязанность, уважение, преданность общей цели

На этом уровне могут общаться и деловые партнеры, долгое время работающие в тандеме, и старые друзья, и супруги, сумевшие выстроить гармоничные отношения после того, как период бурной влюбленности прошел.

Особенности делового общения:

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

7. Духовный уровень.

Духовный уровень – это высший уровень общения и душевного родства.

Отношение к партнеру по общению сопровождается возвышенными чувствами, сходными с благоговением, восторгом, обожанием.

В таком общении присутствует свобода самовыражения, абсолютное принятие личности собеседника и максимальное самораскрытие.

Люди, общающиеся на духовном уровне, никуда не торопятся, не спешат, говорят вдумчиво, внимательно выслушивая друг друга.

Духовно близким людям хорошо и комфортно даже молчать в присутствии друг друга.

Это уровень настоящей дружбы, истинной любви, душевного родства в самом высоком смысле этих понятий.

Напишите ваше мнение: каково значение общения в деятельности медицинского работника?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____



Рис. 1.5. Задание: напишите, каково значение общения в деятельности медицинского работника

Тема 2. Коммуникативная, перцептивная и интерактивная стороны общения

Выделяют три аспекта общения, такие как передача информации – коммуникативный аспект общения; понимание и познание людьми друг друга – перцептивный аспект общения, взаимодействие – интерактивный аспект общения.

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле этого слова) состоит во взаимном обмене информацией между партнёрами по общению, передаче и приёме знаний, идей, мнений, чувств. Универсальным средством коммуникации и общения является речь, с помощью которой не только передаётся информация, но и осуществляется воздействие друг на друга участников совместной деятельности.

Коммуникативная компетентность – способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми

Спецификой коммуникативного процесса является то, что люди не просто обмениваются информацией, но и стремятся понять ее, уловить суть, выработать общий смысл.


Цели коммуникации	
	• Информировать
	• Предложить собеседнику выполнить определенные действия
	• Убедить укрепить или изменить мнение собеседника по данному вопросу и, возможно, подтолкнуть его к соответствующему действию
	• Создать доброжелательную атмосферу

Рис. 2.1. Цели коммуникации

Модель коммуникативного процесса Гарольда Лассуэлла

В своей работе «Структура и функции коммуникации в обществе», Г. Лассуэлл в 1948 году анализировал взаимосвязь между массовой коммуникацией и эффективностью пропагандистского эффекта.

Сам Г. Лассуэлл писал: «Самый удобный способ описания процесса коммуникации состоит в ответе на следующие вопросы:

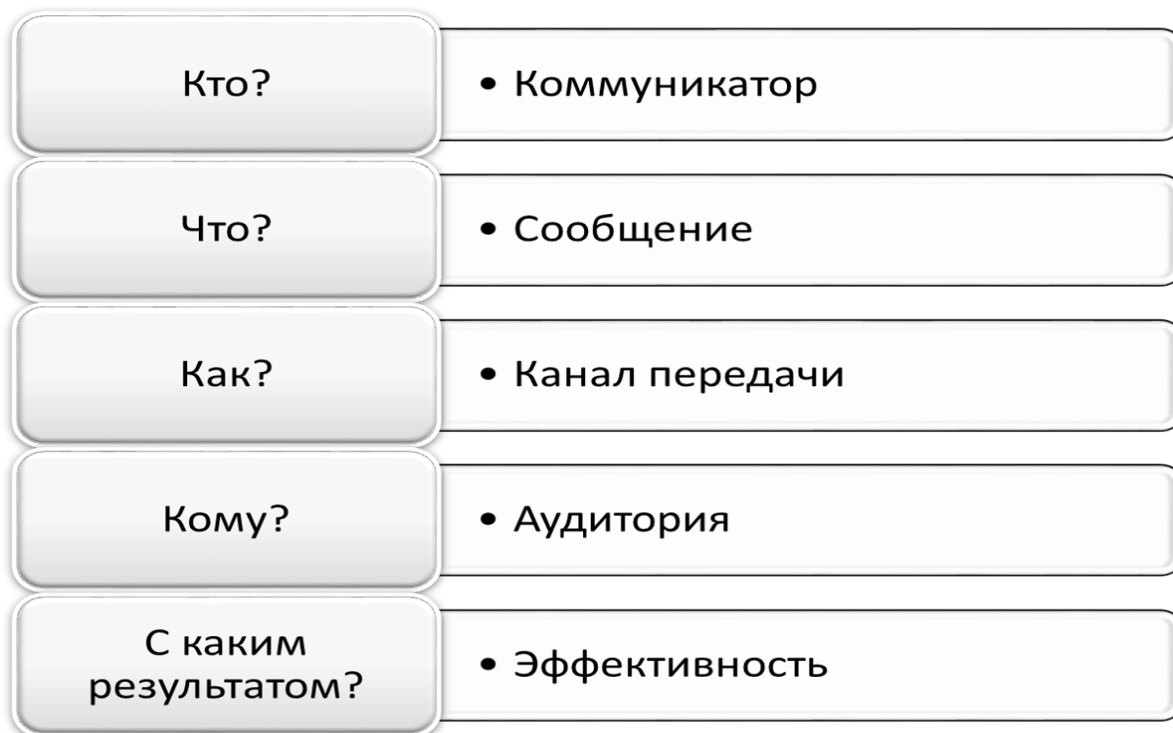


Рис. 2.2. Модель коммуникативного процесса

Для обмена информацией используются разные средства, которые делят на две группы: вербальные и невербальные.



Рис. 2.3. Средства общения

Вербальное общение

Единицей общения являются слова, которые составляют нашу речь.

Для того чтобы поддерживать вербальное общение на высоком уровне, нужно развивать его компоненты. Для этого необходим богатый словарный запас, грамотность и выразительность речи, правильное произношение звуков и буквосочетаний.

При письменном общении необходимо знать правила орфографии и пунктуации, чтобы грамотно подавать информацию, не исказить смысл передаваемого текста.

Есть старый мультфильм, в котором ученику, попавшему в сказочное королевство, нужно было правильно поставить знак препинания и спасти себе жизнь: «Казнить нельзя помиловать».

Речевое и письменное общение решает сразу несколько задач:

1. Коммуникативная – обеспечивает взаимодействие между людьми в масштабных его проявлениях.
2. Познавательная – человек получает знания и новую информацию.
3. Аккумулятивная – отображение накопленных знаний (написание конспектов, книг).
4. Эмоциональная – можно выразить своё отношение к миру, чувства с помощью слов.
5. Этническая – объединение населений разных стран (по используемому языку).

Стили вербального общения

Публицистический – главная цель такой речи – это донести людям мысль, суть произошедшего.

Научный – отличается логикой и чёткими высказываниями с использованием терминологии, сложных понятий.

Официально-деловой – сухой язык законов, где всё точно и без каких-либо эпитетов.

Художественная – здесь возможно сочетание любых слов и словоформ, жаргонов и диалекта (диалектизмов), речь наполнена немыслимыми образами и красками.

Разговорная – характеризует как отдельные диалоги в произведениях, так и повседневное общение знакомых людей.

Речевое общение можно охарактеризовать по количеству участников

1. Монолог (один человек):

- выступление – на собраниях перед кем-то либо рассказывая стих перед классом;
- отчёт – важная информация, как правило, подкреплена цифрами;
- доклад – похоже на отчёт, но представляет собой более обширную информацию и описание;
- лекция – подача полезной информации для аудитории.

2. Диалог (двое или более людей):

- обычный разговор – обмен приветствиями и мыслями;
- дискуссия – обсуждение темы, где собеседники выступают представителями разных точек зрения;
- спор – тут тоже присутствуют две позиции, между которыми нужно решить образовавшийся конфликт;
- диспут – это дискуссия в рамках науки;
- собеседование – прохождение беседы, во время которой работодатель думает, стоит ли нанимать человека.

Взаимопонимание в общении зависит от присутствия коммуникативных барьеров.

Коммуникативный барьер – это препятствие, возникающие на пути передачи информации между партнерами по общению и приводящее к разрушению взаимопонимания.

Коммуникативный барьер – абсолютное или относительное препятствие, возникающее в процессе общения, субъективно переживаемое или реально препятствующее взаимопониманию. Причинами возникновения барьеров являются мотивационно-ценностные, индивидуально-психологические, социально-психологические особенности общающихся.

Факторы возникновения коммуникативных барьеров:

- различие культурно обусловленных норм общения, при взаимодействии представителей разных культур, наций;
- большая разница в возрасте, когда каждый собеседник является носителем культуры, ценностей, идеалов норм своего поколения;
- отсутствие обратной связи в контакте;
- ошибки в понимании смысла слов;
- наличие подтекста, который не принимается во внимание.

Разновидности коммуникативных барьеров

Семантический коммуникативный барьер.

Семантический барьер связан со значением, смыслом слов. Возникновение такого барьера неизбежно, так как человек запоминает полученную информацию не дословно, а пытается сначала осмыслить ее, опираясь на свой личный опыт, знания, жизненные ценности, потребности, словарный запас и т.д.

Люди отличаются друг от друга опытом, кругозором, словарным запасом, мировоззрением, жизненными ценностями, потребностями. Многие слова имеют несколько значений, поэтому в зависимости от контекста одно слово может иметь разные смыслы.

Семантический барьер может возникать по разным причинам: ограниченный словарный запас у одного из партнеров и богатый - у другого, несовпадение у собеседников лингвистического словаря (тезаурусов) из-за социальных, культурных, психологических, национальных, религиозных и других различий между людьми. Поскольку каждый человек имеет неповторимый опыт, образование, индивидуальную способность к саморазвитию, свой круг общения и пр., постольку он имеет и неповторимый тезаурус. Когда собеседник понял совсем не то, что ему сказали, или то, но не в том смысле, тогда можно зафиксировать семантический барьер, который приводит к неэффективным коммуникациям.

Однако отсюда вовсе не следует, что взаимопонимание невозможно. В этом случае необходима обратная связь, позволяющая с помощью вопросов уточнить сказанное, достичь адекватного восприятия информации.

Логический коммуникативный барьер.

Он возникает потому, что каждый человек видит мир, ситуацию, проблему со своей точки зрения. Ход рассуждений одного собеседника непонятен другому, либо кажется ему неверным.

Основные причины, затрудняющие передачу информации от одного партнера к другому при логическом барьере:

- неточность высказывания, витиеватость мысли;
- несовершенство перекодирования мыслей в слова;
- наличие логического противоречия в высказывании;
- наличие смысловых разрывов и скачков мысли;
- неуместное использование профессиональных терминов;
- неверное истолкование намерений собеседника;
- чрезмерное использование иностранных слов;
- неполное информирование партнера;

- быстрый темп изложения информации;
- игнорирование различных каналов восприятия;
- неадекватный язык тела, не совпадающий со словами.

Стилистический коммуникативный барьер.

Стилистический барьер возникает, когда форма речевого высказывания не соответствует содержанию общения.

Например, фамильярное обращение к пациентам «мамаша», «бабуля», «дедуля» недопустимо в деловом общении и может привести к конфликтной ситуации.

Стилистика отвечает за выразительность средств языка. Слишком вольное обращение с ней приводит к возникновению специфических стилистических барьеров. Для того чтобы быть хорошо воспринимаемым, нужно четко изложить информацию, основные доводы, аргументы, их подтверждающие, структурировать информацию таким образом, чтобы она была взаимосвязана и одна мысль как бы вытекала из другой

Фонетический коммуникативный барьер.

Фонетический коммуникативный барьер возникает, когда собеседники разговаривают на разных языках, диалектах, а также при существенных дефектах речи и дикции, при косноязычии, речи с большим количеством слов-паразитов.

Фонетический коммуникативный барьер возникает и тогда, когда говорящий резко повышает голос. Специалистами в области общения доказано, что если человеку что-либо объяснять на повышенных тонах, то понимание почти сразу же будет заблокировано. Причем чем чувствительнее собеседник, тем чаще и быстрее это проявляется. Это происходит потому, что внимание человека, на которого направлен поток возмущенных слов, концентрируется не на смысле объяснения, а на отношении к нему говорящего. В результате (в качестве защитной реакции) происходит сдвиг внимания. Он блокирует аналитическую деятельность мозга, и слова, адресованные собеседнику, не осознаются им, понимание заблокировано.

В подобной ситуации целесообразнее, например, сказать: «Если вы будете говорить спокойно, я лучше вас пойму». Эта фраза антипровокационная, так как не вызывает ответную агрессивную реакцию собеседника, а помогает ему перестроиться и корректно объяснить свою проблему. Вообще тон голоса имеет большое значение для понимания контекста.

Невербальное общение

Проксемика изучает дистанции в общении, а также взаимное расположение собеседников в пространстве.

Кинесика изучает передачу информации с помощью жестов, мимики, пантомимики, походки, позы.

Такесика изучает физические контакты и прикосновения в процессе общения.

Паралингвистическая система – это система вокализации, то есть качество голоса, его диапазон, тональность, фразовые и логические ударения, предпочитаемые конкретным человеком.

Экстралингвистическая система – включение в речь пауз, других вкраплений, например, покашливания, плача, смеха, наконец, сам темп речи.

Дистанции общения

1. **Интимная дистанция** – от 0 до 45 см. – на этом расстоянии обычно общаются любимые люди, родственники, близкие друзья.



2. **Личная дистанция** – от 45 до 120 см. – на такой дистанции общаются знакомые люди, близкие соседи, приятели.


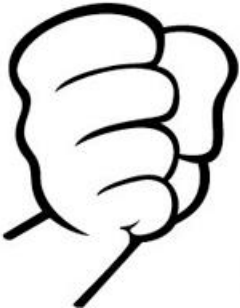
3. **Общественная дистанция** – от 120 до 360 см. – взаимодействие начальника и подчиненных, общение незнакомцев.

4. **Публичная дистанция** – от 360 см. и более – выступление артиста на концерте, лектора перед аудиторией.

Основными невербальными средствами общения являются жесты.

Таблица 2.1. Жесты, как основное средство невербального общения

<p>Жесты-символы – очень ограничены рамками той или иной культуры или местности, и являются самыми простыми приемами невербального общения.</p>	
<p>Жесты-иллюстраторы – используются для пояснения сказанного (например указание рукой), также являются простыми приемами невербального общения.</p>	

<p>Жесты-регуляторы - играют важную роль в начале и конце беседы. Один из таких жестов-регуляторов – рукопожатие. Это традиционная и древнейшая форма приветствия. Эти жесты являются более сложными приемами невербального общения.</p>	
<p>Жесты-адапторы – сопровождают наши чувства и эмоции. Они напоминают детские реакции и проявляются в ситуациях стресса, волнения, становятся первыми признаками переживаний - нервное перебирание одежды, постукивание ногой, ручкой, потирание лба, шеи и т.д.</p>	

Перцептивная сторона общения

Перцепция в процессе общения – это процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению, установление на этой основе взаимопонимания.

Под восприятием в психологии общения подразумевается не просто формирование целостного образа партнера по общению на основе оценки его внешнего вида и поведения, но и понимание партнера по общению. При этом понимание рассматривается с двух сторон: как отражение в сознании партнеров по общению целей, мотивов, установок друг друга; и как принятие этих целей, позволяющее установить взаимоотношения.

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.

Социальная перцепция – это образное восприятие, понимание и оценка людьми друг друга, прогнозирование поступков другого человека.

Функции социальной перцепции

- познание себя, являющееся начальной базой для оценки других людей;
- познание партнеров по взаимодействию, дающее возможность сориентироваться в социальном окружении;

- установление эмоциональных отношений, обеспечивающее выбор наиболее надежных или предпочтительных партнеров;
- организация совместной деятельности на основе взаимопонимания, позволяющая достигать наибольшего успеха.

В ходе социальной перцепции осуществляется:

- эмоциональная оценка другого;
- попытка понять причины поступков другого человека и прогнозировать его поведение;
- продумывание собственной стратегии поведения.

Сложность процесса восприятия заключается в том, что способность человека к обработке информации не беспредельна. При формировании образа делового партнера, партнера по общению человек зачастую сталкивается с небольшим количеством фрагментарной информации о нем и оценивает ее с учетом многих психологических и эмоциональных факторов. Он может принимать во внимание только те сведения, которые соответствуют его представлениям и лучше всего подходят для его целей.

Кроме недостатка информации и его пристрастного отбора процесс восприятия искажают также ошибочные заключения. Когда информации мало, человек строит свои выводы о собеседнике на основе того немногого, что успел узнать, а когда его представление сформировано, он пренебрегает полученными позже дополнительными сведениями.

Правильные или ложные заключения о партнерах по общению накладывают большой отпечаток на взаимодействие людей.

Люди ведут себя как актеры, чтобы произвести то впечатление, которое они считают наиболее выгодным, что еще больше затрудняет процесс понимания и способствуют формированию искаженного образа и партнера по общению, и самого себя.

Большое значение для взаимного понимания имеет «открытость» – т.е. умение быть честным и естественным в отношении с другими. Открытость как психологический феномен непосредственным образом зависит от степени осознания своего внутреннего «Я» и принятия себя на личностном уровне.

Неадекватное представление о себе создает многие психологические барьеры общения, ведет к игнорированию информации, игнорированию чужого мнения, что в конечном итоге может привести к конфликтности поведения.

Механизмы перцепции, способствующие взаимопониманию

Наиболее простой способ понимания другого человека обеспечивается **идентификацией** – уподоблением себя ему. При идентификации человек ставит себя на место другого и определяет, как бы он действовал в подобных ситуациях.

Эмпатия – постижение эмоционального состояния другого человека, понимание его эмоций, чувств и переживаний.

Рефлексия – осознание человеком того, как он воспринимается партнером по общению, понимают ли его другие люди.

Аттракция (привлечение) – привлекательность людей друг для друга, возникновение симпатии во время общения, формирование устойчивых положительных чувств.

Механизмы перцепции, нарушающие взаимопонимание

Эффект порядка (первичности и новизны) – при взаимодействии с малознакомыми людьми большее значение придается данным, полученным вначале, а при общении со старыми знакомыми – последним сведениям.

Эффект первичности – склонность придавать наибольшую значимость при оценке незнакомого человека первому впечатлению о нем или первым сведениям о нем.

Эффект ореола – формирование специфической установки на воспринимаемого человека через направленное приписывание ему определенных качеств. Наиболее явно этот эффект проявляется тогда, когда воспринимающий имеет минимальную информацию об объекте восприятия, а также когда суждения касаются моральных качеств. В первую очередь «ореол» создают факторы внешней привлекательности, превосходства, хорошего отношения к нам.

Эффект привлекательности – заключается тенденции переоценивать качества внешне привлекательного, симпатичного человека. Примером данного эффекта может служить цитата из «Крейцеровой сонаты» Л.Н. Толстого: «Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупостей, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красиво, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна».

Эффект превосходства – проявляется в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то существенному для них параметру. Для определения этого параметра используются 2 основных источника информации: одежда, все внешнее оформление, включая такие атрибуты как знаки отличия,

очки, прическа, награды, драгоценности и т.п.; манера поведения (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т.п.). Человеку, вызывающему у нас восхищение по какому-либо весьма значительному для нас показателю, мы приписываем целый ряд хороших качеств. Действует и обратный эффект: склонность недооценивать человека, у которого важное для нас положительно качество выражено слабо.

Эффект хорошего отношения к нам – воспринимающий также склонен переоценивать человека, относящегося к нему с симпатией. Очевидно, что, как относится к нам другой человек, влияет на наше впечатление о нём. Более того очень часто на возникающее у нас впечатление о человеке влияет его согласие или несогласие с нами по какому-то вопросу.

Эффект проекции – проявляется в приписывании приятному собеседнику своих достоинств, а неприятному – своих недостатков. Классический пример проекции: начальника, не обладающего способностью к систематизации, организованности будут раздражать в подчинённых эти же качества.

Интерактивная сторона общения

Интерактивная сторона общения связана с организацией совместной деятельности людей, их взаимодействием.

Интерактивная сторона общения (от слова «интеракция» – взаимодействие) заключается в обмене действиями, то есть организации межличностного взаимодействия, позволяющего общающимся реализовать для них некоторую общую деятельность.

Главное содержание общения – это воздействие на партнера. Описывая его, мы чаще всего используем термины действий. Например: «Он на меня давил, но я не поддался», «Он подстроился под меня» и т.д.

В структуру взаимодействия входят:

- 1) субъекты взаимодействия;
- 2) взаимная связь;
- 3) взаимное воздействие друг на друга;
- 4) взаимные изменения субъектов общения.

Взаимодействие в общении – процесс, который складывается из:

- физического контакта;
- совместного перемещения;
- совместного группового действия;
- вербального контакта;
- невербального контакта.

Разновидности взаимодействия

Обычно выделяют несколько способов взаимодействия. Наиболее распространено дихотомическое деление: кооперация и конкуренция (согласие и конфликт, приспособление и оппозиция). В этом случае как само содержание взаимодействия (сотрудничество или соперничество), так и степень выраженности этого взаимодействия (успешное или менее успешное сотрудничество) определяют характер межличностных отношений между людьми.

Кооперация – это такой вид взаимодействия, который способствует организации совместной деятельности, участники достигают взаимного соглашения для достижения общих целей.

Конкуренция – это такой вид взаимодействия, в котором каждый участник преследует только свои личные цели и интересы.

В процессе взаимодействия проявляются также следующие стратегии поведения:

1. Сотрудничество, направленное на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей.
2. Противодействие, предполагающее ориентацию на свои цели без учета целей партнеров по общению (индивидуализм).
3. Компромисс, реализующийся в частном достижении целей партнеров ради условного равенства.
4. Уступчивость, предполагающая принесение в жертву собственных интересов ради достижения целей партнера (альтруизм).
5. Избегание, которое представляет собой уход от контакта, потерю собственных целей для исключения выигрыша другого.

Роли в общении

Роль – это нормативно одобряемый образец поведения, ожидаемый окружающими от каждого, кто занимает данную социальную позицию.

Виды социальных ролей определяются особенностью социальных групп, в которые включен индивид.

В зависимости от общественных отношений существуют социальные и межличностные роли.

Социальные роли связаны с социальным статусом, профессией или видом деятельности (учитель, студент, продавец, покупатель и т.д.).

Выделяют социально-демографические роли: муж, жена, дочь, сын и т.п. Мужчина и женщина – это тоже социальные роли, биологически predetermined и предполагающие специфические способы поведения.

Межличностные роли связаны с межличностными отношениями, которые регулируются на эмоциональном уровне (лидер, обиженный, пренебрегаемый, кумир семьи и т.д.).

Задание: проанализируйте и опишите свои роли

The image shows a worksheet with a central black silhouette of a person standing with hands in pockets. Surrounding the silhouette are ten empty speech bubble boxes, five on each side, intended for writing down social roles. At the top of the worksheet, there is a header box containing the text: "Задание: проанализируйте и опишите свои роли".

Рис. 2.4. Задание: проанализируйте и опишите свои социальные роли

Понятие роли включает в себя совокупность ожиданий каждого индивида в отношении как своего собственного поведения, так и поведения других людей при взаимодействии в определенной ситуации. В любом случае социальная роль имеет два аспекта изучения: **ролевое ожидание** и **ролевое исполнение**. Определенная согласованность ролевого ожидания с ролевым исполнением служит гарантией оптимального социального взаимодействия.

Человеку приходится быть в различных ролях, и он физически не может отвечать всем предписываемым ими требованиям. В этом случае может возникнуть ролевой конфликт.

Ролевой конфликт — это ситуация, в которой индивид, имеющий определенный статус, сталкивается с несовместимыми ожиданиями, или, иначе говоря, он не в состоянии выполнять предписываемые ролью требования.

Возможны следующие конфликты:

внутриличностный — вызывается противоречивыми требованиями, предъявляемыми к поведению личности в разных социальных ролях;

внутриролевой — возникает вследствие противоречий в требованиях, предъявляемых к исполнению социальной роли разными участниками взаимодействия;

личностно-ролевой — возникает из-за несовпадения представлений человека о себе и его ролевых функций;

инновационный — появляется как результат несоответствия ранее сформировавшихся ценностных ориентации и требований новой социальной ситуации.

Тема 3. Психологические аспекты работы в команде

Каждый из нас значительную часть своего времени проводит в различных группах – дома, на работе или в учебном заведении, в гостях, на занятиях в спортивном зале, среди дорожных попутчиков в купе железнодорожного вагона и т.д. Люди в группах ведут семейную жизнь, воспитывают детей, трудятся и отдыхают. При этом они вступают в определенные контакты с другими людьми, так или иначе взаимодействуют с ними – помогают друг другу или, наоборот, конкурируют. Порой люди в группе переживают одни и те же психические состояния, и это определенным образом влияет на их деятельность.

Различного рода группы издавна являются объектом социально-психологического анализа. Однако не всякая совокупность индивидов является группой в строгом смысле этого термина. Так, несколько человек, столпившихся на улице и наблюдающих за последствиями какого-либо дорожно-транспортного происшествия, представляют собой не группу, а *агрегацию* — соединение людей, случайно оказавшихся здесь в данный момент. Эти люди не имеют общей цели, между ними нет взаимодействия, через минуту-другую они разойдутся навсегда и ничто не будет их соединять. Однако если эти люди начнут предпринимать совместные действия, чтобы помочь пострадавшим при аварии, то тогда данное соединение лиц станет на короткое время группой.

Социальная группа – объединение людей, связанных общими отношениями, которые регулируются специальными социальными институтами, и имеющих общие нормы, ценности и традиции. Социальная группа – одна из основных составляющих социальной структуры. Скрепляющим фактором для группы является общий интерес, то есть духовные, экономические или политические потребности.

Социальная группа – это ограниченная размером общность людей, выделяемая из социального целого по определенным признакам: характеру деятельности, социальной структуре, композиции, уровню развития и пр.

Группа – это общность людей, объединенных каким-то общим признаком, имеющих общие цели, ценности, интересы и нормы поведения.



Рис. 3.1. Группа

Главные признаки группы:

1. Наличие структуры;
2. Наличие организации;
3. Активное взаимодействие членов группы;
4. Осознание себя членами группы как единого целого, как «Мы» в отличие от всех остальных людей, которые воспринимаются как «Они».

Функции группы:

- 1) социализации;
- 2) инструментальная;
- 3) экспрессивная;
- 4) поддерживающая.

Социализацией называется процесс включения личности в определенную социальную среду и усвоение ее норм и ценностей.

Социализация личности в тех или иных формах осуществляется в течение всей человеческой жизни. Таким образом, различные группы, членом которых

оказывается индивид, воздействуют на него определенным образом, как правило, в соответствии с ценностями данного общества в целом.

Инструментальная функция группы состоит в осуществлении той или иной совместной деятельности людей. Многие виды деятельности невозможны в одиночку. Конвейерная бригада, отряд спасателей, медицинская бригада, футбольная команда, хореографический ансамбль – все это примеры групп, играющих инструментальную роль в обществе. Они называются также группами, ориентированными на задачу. Участие в таких группах, как правило, обеспечивает человеку материальные средства к жизни, предоставляет ему возможности самореализации.

Экспрессивная функция группы состоит в удовлетворении потребностей людей в одобрении, уважении и доверии. Эту роль выполняют часто первичные и неформальные группы. Будучи их членом, индивид получает удовольствие от общения с психологически близкими ему людьми – родными и друзьями.

Поддерживающая функция группы проявляется в том, что люди стремятся к объединению в трудных для них ситуациях. Они ищут психологической поддержки в группе, чтобы ослабить неприятные чувства. Ярким примером этого может служить эксперимент американского психолога С. Шахтера. Сначала испытуемых, в качестве которых выступали студенты одного из университетов, разделили на две группы. Членам первой из них сообщили, что они будут подвергнуты сравнительно сильному удару электрического тока. Членам второй группы сказали, что их ожидает очень легкий, похожий на щекотку, удар электрического тока. Далее всем испытуемым задавался вопрос, как они предпочитают ожидать начала эксперимента: в одиночку или вместе с другими его участниками? Примерно 70% участников первой группы высказали желание находиться вместе с другими. Во второй группе, наоборот, 70 % испытуемых заявили, что им безразлично, как ожидать начала эксперимента — в одиночку или с другими.

Когда человек встречается с каким-либо угрожающим фактором, то группа может предоставить ему ощущение психологической поддержки или утешения. Перед лицом опасности люди стремятся психологически приблизиться друг к другу.

Поддерживающая функция группы может ярко проявляться в ходе сеансов групповой психотерапии. При этом порой человек психологически настолько сближается с другими членами группы, что его вынужденный уход (например, в связи с общим окончанием лечения) тяжело им переживается. Поэтому особым вариантом окончания курса групповой психотерапии является сохранение структуры группы и продолжение общения пациентов между собой уже без врача.

Классификация групп

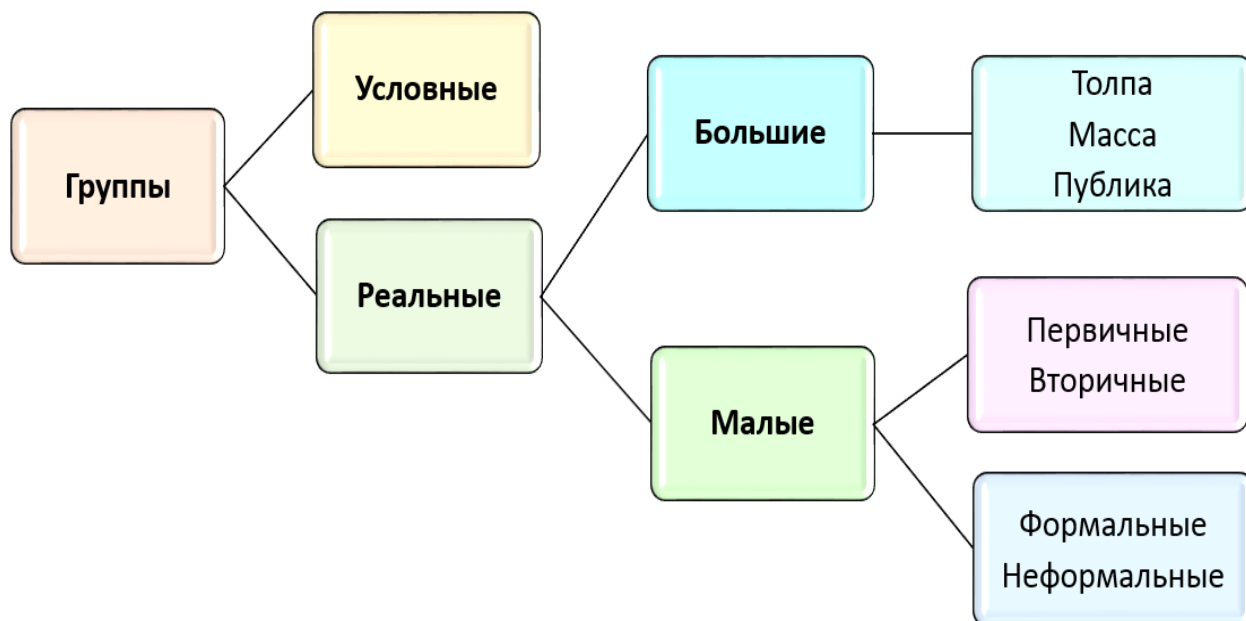


Рис. 3.2. Классификация групп

Условные группы – выделяются и объединяются на основе некоторых признаков – половых, возрастных, национальных и др. Люди, включенные в условную группу, могут никогда не встречаться друг с другом, но иметь общие социальные и психологические характеристики.

Реальные группы – действительно существующие объединения людей. Они характеризуются тем, что ее члены связаны между собой объективными взаимоотношениями.

Большие группы – количественно неограниченные общности людей, выделяемые на основе различных социальных признаков (демографических, классовых, национальных, партийных).

Большие группы могут быть реальными (контактными), образующими социальную общность, включающую значительное число людей, существующих в общем пространстве и времени. К подобного рода большим группам может быть отнесен трудовой коллектив предприятия, школы или медицинского учреждения, где многие медработники могут и не находиться в непосредственной взаимосвязи друг с другом, но при этом подчиняться одним и тем же руководителям (главврачу, заместителям), придерживаться для всех общих правил внутреннего распорядка и т.п.

В больших группах формируются культурные ценности, вырабатываются традиции, базовые ценности – идеология. Социальная связь в больших социальных группах осуществляется средствами массовой коммуникации.

Большие группы могут быть условными, выделяемыми и объединяемыми на основе некоторых признаков – половых, возрастных, национальных, имущественных и др. Люди, оказавшиеся включенными в большую условную группу, могут никогда не встречаться друг с другом, но иметь общие социальные и психологические характеристики на основании того признака, по которому их объединили.

Разновидности больших стихийных групп – толпа, масса, публика.

Толпа – образуется на улице по поводу какого-либо события, длительность ее существования определяется значимостью инцидента. Если событие незначительное (например, дорожно-транспортное происшествие без серьезных последствий) – толпа быстро расходится; если инцидент крупный, вызывающий сильное волнение (например, сообщение о возможном террористическом акте), то возбуждение нарастает, и толпа может перейти к активным мало предсказуемым действиям. Состояние толпы нестабильно, поведение стихийно и может привести к агрессивным формам.

Масса – это более стабильное образование с нечеткими границами. Масса может выступать не обязательно как сиюминутное образование, подобно толпе; она может оказаться в значительно большей степени организованной, когда определенные слои населения достаточно сознательно собираются ради какой-либо акции: манифестации, демонстрации, митинга. В этом случае более высока роль организаторов: они обычно выдвигаются не непосредственно в момент начала действий, а известны заранее как лидеры тех организованных групп, представители которых приняли участие в данном массовом действии.

Публика – это тоже кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-то зрелищем — на трибуне стадиона, в большом зрительном зале, на площади перед динамиком при прослушивании важного сообщения. Публика всегда собирается ради общей и определенной цели, поэтому она более управляема, в частности в большей степени соблюдает нормы, принятые в избранном типе организации зрелищ. Но и публика остается массовым собранием людей, и в ней действуют законы массы. Достаточно и здесь какого-либо инцидента, чтобы публика стала неуправляемой.

Под малой группой понимается немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в непосредственном личном общении, что является основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов.

По уровню развития выделяют следующие группы:

- диффузные – группы на начальном этапе своего развития, общность, в которой люди только соприсутствуют, т.е. их не объединяет совместная деятельность;

- ассоциация – группа, в которой взаимоотношения опосредствуются только личностно значимыми целями (группа друзей, приятели);

- кооперация – группа, отличающаяся реально действующей организационной структурой, межличностные отношения носят деловой характер, подчиненный достижению требуемого результата в выполнении конкретной задачи в определенном виде деятельности;

- корпорация – это группа, объединенная только внутренними целями, не выходящими за ее рамки, стремящаяся осуществить свои групповые цели любой ценой, в том числе и за счет других групп. Иногда корпоративный дух может приобретать черты группового эгоизма;

- коллектив – высокоразвитая, устойчивая во времени группа взаимодействующих людей, объединенных целями совместной общественно-полезной деятельности, отличающаяся высоким уровнем взаимопонимания друг друга, а также сложной динамикой формальных и неформальных взаимоотношений между членами группы.

Виды коллективов

По составу коллективы бывают:

- гомогенные или однородные (лучше решают простые задачи);

- гетерогенные разнородные (более эффективны при решении сложных проблем, а также при интенсивной творческой работе (мозговая атака)).

Эти различия могут касаться пола, возраста, профессии, статуса, уровня образования.

По структуре:

- функциональной (на основе разделения труда и определения производственных задач каждого);

- политической (в соответствии с принадлежностью к тем или иным группировкам);

- социально-демографической (по полу, возрасту, образованию, квалификации и проч.);

- социально-психологической (в соответствии с симпатиями и антипатиями);

- поведенческой, определяемой активностью и проч.;

- мотивационной (в зависимости от движущих факторов поведения).

По характеру внутренних связей:

- формальные (предписываются заранее);
- неформальные (складываются спонтанно, сами собой).

По механизму образования:

- созданные по распоряжению руководства;
- сложившиеся стихийно.

Исходя из сроков существования:

- временные (предназначенные для решения разовой задачи);
- постоянные.

По размерам:

- малые (от трех до пяти-семи участников; члены поддерживают между собой не просто непосредственные, но еще и эмоционально окрашенные дружеские контакты);

- средние (от одного до двух-трех десятков человек);

- большие (от нескольких десятков и до многих сотен трудящихся; каждый из них выполняет широкий круг обязанностей).

Формальной называется группа, возникновение которой обусловлено необходимостью реализации определенных целей и задач, стоящих перед организацией, в которую включена группа. Формальная группа отличается тем, что в ней четко заданы все позиции ее членов, они предписаны групповыми нормами. В ней также строго распределены и роли всех членов группы в системе подчинения так называемой структуре власти: представление об отношениях по вертикали как отношениях, определенных системой ролей и статусов. Примером формальной группы является любая группа, созданная в условиях какой-то конкретной деятельности: рабочая бригада, школьный класс, спортивная команда и т.д.

Неформальные группы складываются и возникают стихийно как в рамках формальных групп, так и вне их, как результат взаимных психологических предпочтений. В них нет внешне заданной системы и иерархии статусов, навязанных ролей, заданной системы взаимоотношений по вертикали. Однако в неформальной группе существуют свои групповые эталоны приемлемого и неприемлемого поведения, а также неформальные лидеры. Неформальная группа может создаваться внутри формальной, когда, например, в школьном классе возникают группировки, состоящие из близких друзей, объединенных каким-то общим интересом. Таким образом, внутри формальной группы переплетаются две структуры отношений.

Но неформальная группа может возникать и сама по себе, вне организованных групп: люди, случайно объединившиеся для игр в футбол, волейбол где-нибудь на

пляже или во дворе дома. Иногда в рамках такой группы (скажем, в группе туристов, отправившихся в поход на один день), несмотря на ее неформальный характер, возникает совместная деятельность, и тогда группа приобретает некоторые черты формальной группы: в ней выделяются определенные, хотя и кратковременные, позиции и роли.

В реальной действительности очень трудно вычленил строго формальные и строго неформальные группы, особенно в тех случаях, когда неформальные группы возникают в рамках формальных. Поэтому в социальной психологии существуют два понятия «группа» и «организация».

По степени психологического принятия со стороны личности группы делятся на «референтные группы» и «группы членства».

Группа членства – это группа, реальным участником которой является данная личность.

Под референтной группой понимается группа людей, в чем-то значимых для индивида, к которой он себя добровольно причисляет или членом которой хотел бы стать, выступающая для него как групповой эталон индивидуальных ценностей, суждений, поступков, норм и правил поведения.

Референтная группа может быть реальной или воображаемой, позитивной или негативной, может совпадать или не совпадать с группой членства.

К «положительным» относятся те, с которыми индивид идентифицирует себя и членом которых он хотел бы стать.

К «отрицательным» референтным группам относятся те, которые вызывают у индивида неприятие.

Функции референтной группы:

- сравнительная функция – состоит в том, что принятые в группе стандарты поведения, ценности выступают для личности в качестве своеобразных «систем отсчета», на которые она ориентируется в своих решениях и оценках;

- нормативная функция – позволяет человеку выяснить, в какой мере ее поведение соответствует нормам группы.

У каждого человека может быть различное число референтных групп в зависимости от видов отношений и деятельности. Возможны ситуации, когда референтные для человека группы имеют противоположно направленные ценности, что может привести к образованию у него серьезных внутриличностных конфликтов, требующих психологического или психотерапевтического консультирования.

К первичным группам относятся общности, имеющие высокий уровень эмоциональных связей, близости, солидарности, привязанности.

Характерными признаками первичной группы являются:

- немногочисленный состав;
- пространственная близость членов группы;
- относительная устойчивость и длительность существования;
- общность ценностей, норм и форм поведения;
- добровольный характер связей людей;
- моральные и неформальные способы обеспечения дисциплины.

К первичным группам относится семья, школьный класс, группа, курс в учебном заведении, круг друзей и единомышленников. В первичной группе человек получает первоначальную социализацию, знакомится с образцами поведения, оценивает старших, возникающих «естественных лидеров», овладевает социальными нормами, ценностями и идеалами. Развиваясь в первичных группах, человек осознает и свою связь с определенными социальными общностями, с обществом в целом.

Вторичная социальная группа представляет собой общность, в которой связи и взаимодействия участников имеют неэмоциональный, чаще всего прагматический характер. Вторичная группа обычно ориентирована на определенную цель. В таких группах преобладают обезличенные отношения, индивидуальные качества личности не имеют особого значения, ценится, главным образом, способность выполнять определенные функции.

Во вторичных социальных группах не исключены и эмоциональные связи, но их главные функции — достижение поставленных целей. В составе вторичной группы могут существовать и действовать и некоторые первичные группы.

Как правило, вторичные группы являются многочисленными. Размер группы оказывает значительное влияние на внутригрупповые взаимодействия и на общие социальные отношения. К этому типу групп относится, например, электорат той или иной партии, а также различные движения по интересам (спортивные болельщики, объединения автолюбителей, любители Интернета). Вторичные группы объединяют людей по этническому принципу, по профессиям, по демографическому основанию и т. п.

Промежуточное положение между большими и малыми группами занимают, т.н. средние группы. Обладая некоторыми признаками больших групп, средние группы отличаются территориальной локализацией, возможностью непосредственного общения (коллектив завода, предприятия, вуза и т.п.).

Групповое давление

Групповое давление – это навязывание каждому участнику группы принятых в ней норм и правил поведения.

Принятие норм и ценностей группы может происходить по-разному:

- **Свободное принятие.**
- **Вынужденное принятие – конформизм внешний или внутренний.**
- **Непринятие норм – нонконформизм.**

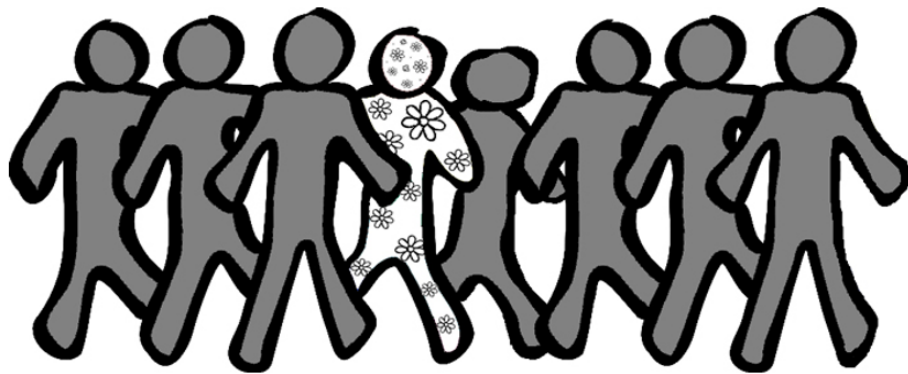


Рис. 3.3. Групповое давление

Внешний конформизм – это вынужденное согласие с требованиями большинства, видимость принятия норм и ценностей группы, внешнее согласие с правилами поведения в группе. Проявляется в ситуации, когда у человека нет возможности, смелости высказать свою позицию. Это приспособление к сложившимся обстоятельствам.

Внутренний конформизм – это некритическое следование за большинством, слепое доверие правилам, нормам, ценностям и мнениям, присущим значимой группе.

Внешний конформизм может трансформироваться во внутренний, если давление группы остается таким же сильным, а у человека нет опоры для сопротивления.

Нонконформизм – это стремление во что бы то ни стало отличаться от большинства, это непринятие общепринятого порядка, правил, ценностей и мнений, активное отстаивание противоположной позиции. Часто нонконформизм называют обратной стороной конформизма, так как в его основе лежит такая же зависимость от группы и несамостоятельность мышления.

Личность в группе

Социальный статус— положение субъекта в системе межличностных отношений, определяющих его обязанности, права и привилегии.

Лидерство— это естественный социально-психологический процесс в группе, построенной на влиянии личного авторитета индивида на поведение членов группы. Это отношения доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе.

Лидер – это личность, способная объединять людей ради достижения какой-либо цели.

Лидер – первый, главный, за кем идут, на кого равняются, кто определяет поведение других.

Лидер может быть: формальным, неформальным, харизматичным.

Формальный лидер – это человек, имеющий влияние силой статуса или должности (начальник, руководитель подразделения и т.п.)

Неформальный лидер – тот, кто в силу разнообразных причин имеет большое влияние в группе (организации) вне зависимости от своей должности.

Это тот человек, с которым окружающие хотят быть рядом, благодаря его личностным качествам.

Харизматичный лидер – человек, возглавляющий определённую социальную группу благодаря своим исключительным личностным качествам - харизме

Харизма – особая одарённость, исключительность личности в интеллектуальном, духовном, или каком-нибудь другом отношении, способность взывать к сердцам.

Свойство харизмы относительно безразлично к роду деятельности и ее морально-этическому содержанию: харизматическим лидером с равным успехом может быть и святой, и преступник.

Стили руководства:

Авторитарный стиль – руководитель все решает сам, без обсуждения с сотрудниками, мнение подчиненных его не интересует.

Демократический стиль – руководитель обсуждает вопросы с сотрудниками и учитывает их мнения. По сути, решение вырабатывается совместно, руководитель только управляет ходом совместного обсуждения.

Попустительский стиль – руководитель в стороне, сотрудники принимают решения самостоятельно.

Особой разновидностью коллектива, характеризующейся повышенным единством, особо тесным сотрудничеством и координацией, частой совместной

работой, является *команда*. Она создается для решения конкретных задач или выполнения отдельных функций, проектов и объединяет лиц с разнообразными знаниями и навыками, дает им возможность учиться друг у друга, обеспечивает взаимную поддержку. Команда обычно независима от основного коллектива, а иногда полностью автономна. Осуществляет давление на участников и часто конфликтна.

Команды характеризуются ясными вдохновляющими целями, эффективной структурой, особо высокой компетентностью работников климатом сотрудничества, стремлением к хорошей работе, становящимся нормой, внешней поддержкой, всеобщим признанием и опекой руководства.

Обычно команды защищают свои границы, себя от давления и угроз, привлекают внимание важных людей к своей работе, следят за политической ситуацией в организации и создают альянсы с другими командами. Люди будут эффективно работать в составе команды, если смогут исполнять предпочитаемые ими роли. Знание менеджерами этих ролей позволяет формировать команду из нужных лиц.

У каждого участника команды есть две роли: функциональная и командная. Функциональные роли относятся к нашим должностным обязанностям и охватывают наши навыки и умения, знания и опыт. Командные роли отражают способ, с помощью которого мы выполняем свою работу. Командная роль также определяется нашими врожденными и приобретенными личными качествами.

Роль конкретного участника определяется его вкладом в работу команды и взаимоотношениями между участниками команды. Существуют два принципа, в соответствии с которыми происходит распределение ролей в команде: принцип компетентности и принцип предпочтения.

А) Принцип компетентности утверждает, что эффективным можно считать такое распределение ролей, при котором ответственность каждой роли не превышает умений члена команды, которому эта роль досталась. Члены команды будут отдавать большее предпочтение тем целевым ролям, которые больше соответствуют их индивидуальным потребностям. Хотя и современными ролями они могут справляться эффективно.

Б) Принцип предпочтения основывается на том, что эффективным может считаться такое распределение целевых ролей, при котором как можно большее число членов команды выполняют те роли, которые они сами предпочитают.

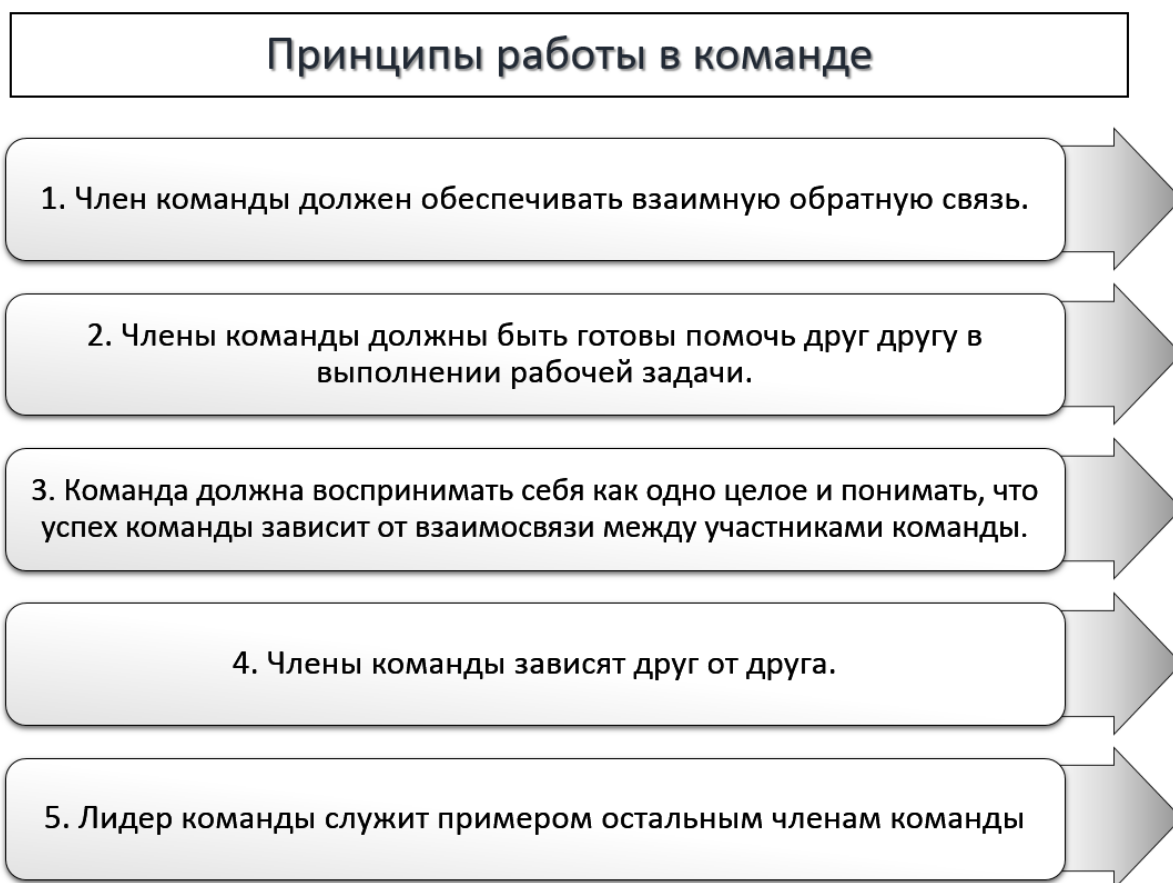


Рис. 3.4. Принципы работы в команде

Обратная связь – реакция партнера на высказывание говорящего. Её отсутствие приводит к нарушению процесса общения. В случае вербальной информации это может выглядеть как переспрашивание, уточнение вопросов, выражение желания получить дополнительные сведения и т.п. Такого рода включения в диалог получили название безоценочной обратной связи, но иногда они могут быть представлены и в виде оценочной обратной связи, либо негативной (содержащей критику или корректировку), либо позитивной (содержащей одобрение или поддержку).

Распределение ролей в команде

1. *Генератор идей* - изобретателен, обладает богатым воображением; умеет решать нестандартные проблемы. Отличительные черты характера: индивидуалист, часто серьезно мыслящий, открыт к восприятию новых идей. Развитое воображение, высокий уровень интеллекта. С трудом акцентирует внимание на практических деталях, протоколе. Предпочитают работать в одиночку. Часто нелюдимы. Предпочитают относительную свободу.

2. *Исследователь ресурсов* - энтузиаст, общителен. Исследует возможности, устанавливает контакты с нужными людьми, выявляет новые возможности, способен реагировать на возникающие трудные задачи. Экстравертирован, любопытен, коммуникабельный. Склонен терять интерес, как только первоначальное очарование проходит; может быть слишком оптимистичен и не критичен. Их стимулирует наличие людей, команды рядом. Нормально реагируют на кризис и оказываемое давление. Им доставляет удовольствие достижение трудных задач. их внимание по большей части сосредоточено на внешних по отношению к команде ресурсах и контактах.

Генераторы идей и исследователи ресурсов являются наиболее творческими членами команды, но их легко увести в сторону. Исследователи ресурсов склонны более детально и творчески перерабатывать идеи других людей (например, генератора идей).

3. *Координатор* - умеет четко формулировать цели, продвигать решения, делегировать полномочия. Часто является более зрелой личностью. Социальный лидер. Для него характерны: спокойствие, уверенность в своих силах, контроль и самообладание. Часто доброжелателен и приветствует вклад всех, кто потенциально способен улучшить работу команды. Не всегда наделен выдающимися интеллектуальными и творческими способностями. Предпочитают использовать имеющиеся ресурсы, направляя их на достижение командной задачи. Их внимание сосредоточено на команде.

4. *Организатор* - изобретателен, обладает богатым воображением, человек с идеями. Динамичен, бывает неуживчив, но есть способности и стремления преодолевать инерцию и неэффективность, бывает самодоволен. Легко реагирует на провокации, раздражителен и нетерпелив, склонен травмировать чувства других людей. Как и координатор является сильным лидером, но для решения определенной задачи. Может конфликтовать с координатором из-за стилей руководства.

5. *Контролер* - проницателен, обладает стратегическим мышлением. Видит все альтернативы, все взвешивает, по своей природе – инспектор. Рассудителен, неэмоционален, предусмотрителен. Обладает здравым смыслом и осмотрительностью. Не всегда умеет мотивировать людей, воодушевлять, но умеет анализировать мысли других людей, никогда не делают скоропалительных выводов.

6. *Игрок команды* - дипломатичен, восприимчив. Умеет слушать, предотвращает трения между членами команды. Социально ориентирован, достаточно мягок, чувствителен. Не всегда способен принимать решения в моменты кризиса, но хорошо адаптируется к изменениям. Действует для достижения гармонии и поддержания духа команды. Умеют работать под руководством "трудных" людей (организаторов).

7. *Исполнитель* - дисциплинированный, надежный, консервативный, эффективный. Умеет реализовывать идеи в практических действиях. Обязателен и предсказуем. Обладает хорошими организаторскими способностями, практическим здравым смыслом; трудолюбив. Акцентируют свое все внимание на графиках, планах мероприятия. Выявляют лучший способ достижения результата.

8. *Доводчик* - старателен и добросовестен. Ищет ошибки и упущения. Контролирует сроки выполнения поручений. Способен выполнять свои обещания, стремится все выполнить на высоком уровне. Иногда склонен волноваться без особых причин, не стремится делегировать полномочия и обязанности. Стремиться выполнить задание должным образом, концентрируясь на деталях. Больше обеспокоены результатом, нежели способом его достижения. Спокойно относятся к контролю и принимают большинство типов руководителей.

9. *Специалист* - профессионал в узкой области знаний. Самостоятельно мыслящий и организующий свою работу, приверженный своему направлению. Обладает редкими знаниями и навыками. Может не видеть общую картину. Приверженец высоких стандартов. Не любят пристального контроля, особенно со стороны тех, кто обладает меньшей по сравнению с ними компетенцией.

Задание: проанализируйте и выделите, какие командные роли характерны для вас?

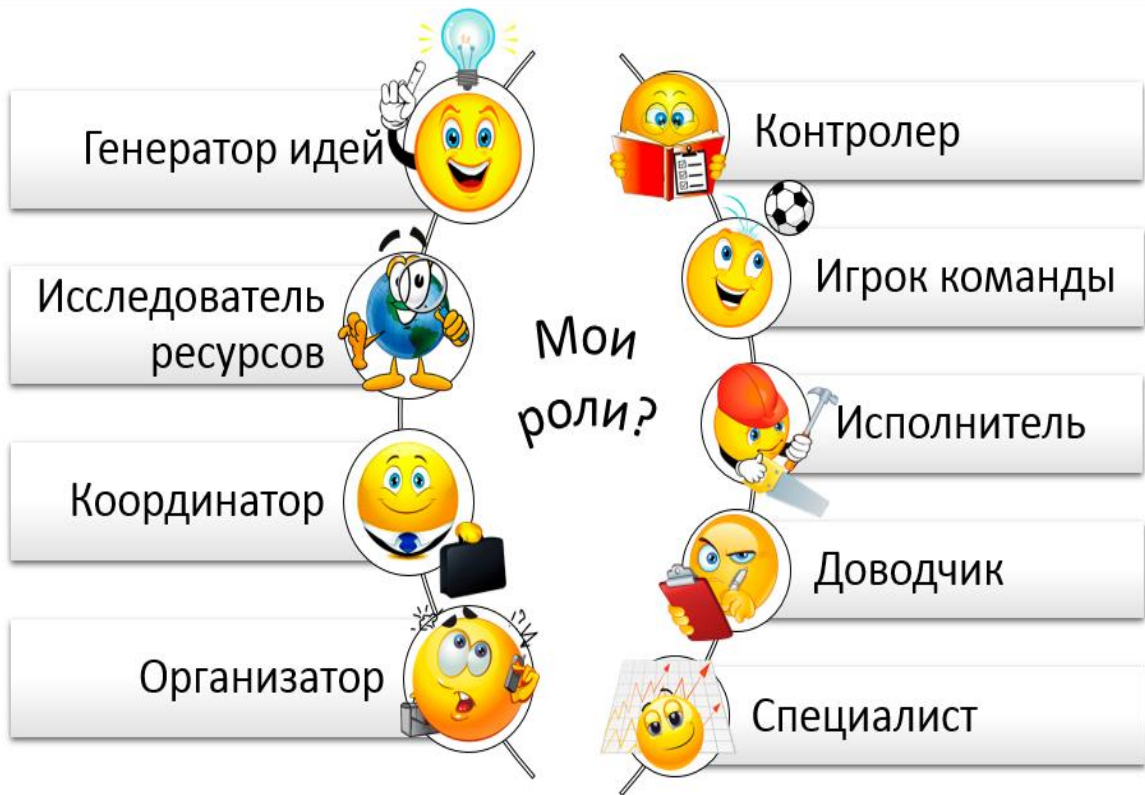


Рис. 3.5. Задание: проанализируйте и напишите характерные для вас командные роли

Тема 4. Эмоции в общении

Общение связано с эмоциональным реагированием партнеров на получаемую информацию, на различные формы воздействия и на проявление своих чувств друг к другу.

Чувства и эмоции в повседневной жизни облегчают или осложняют межличностную коммуникацию. Переживания способны активизировать, угнетать или даже разрушить личность.

Пиктограмма основных эмоциональных состояний

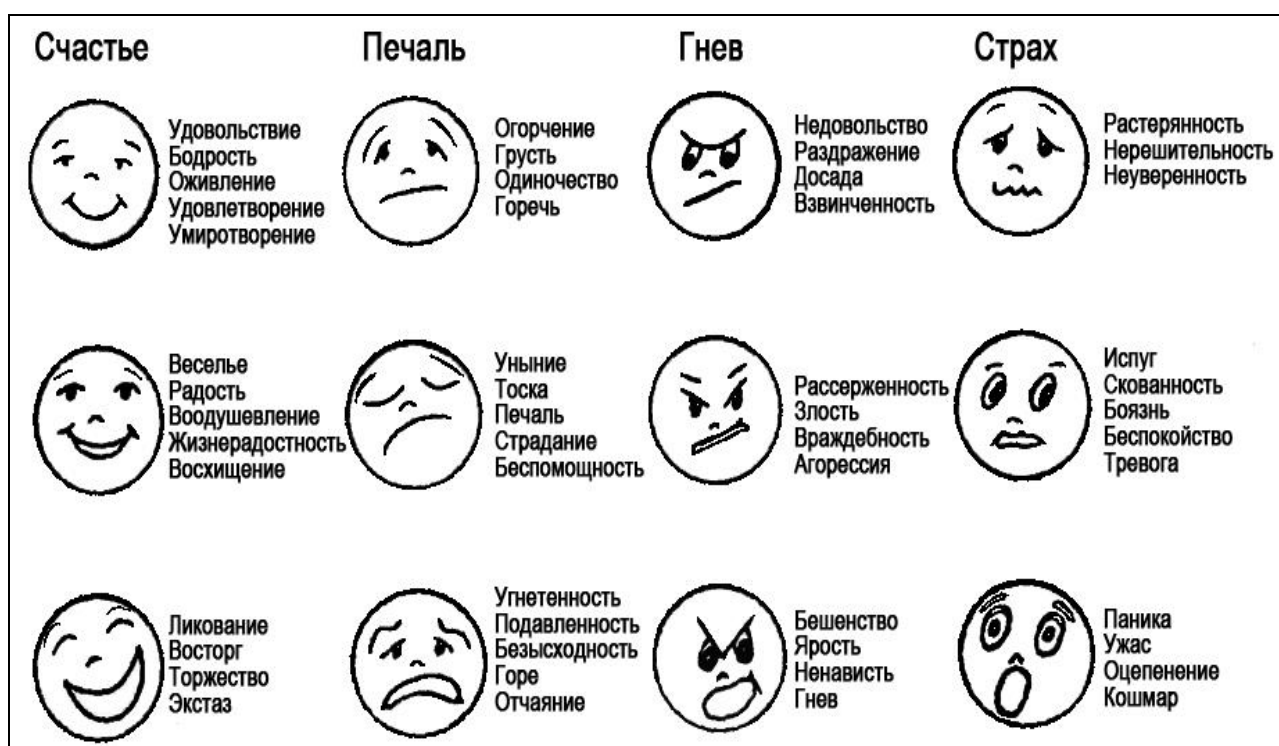


Рис. 4.1. Пиктограмма основных эмоциональных состояний

Коммуникативные эмоциональные состояния

Веселье

Когда говорят о веселье, то имеют в виду особый вид забавы, связанный с шутками, дурачеством, т. е. со странными, озорными, глупыми выходками, несерьезным поведением. Такое поведение связано с юмором, т. е. беззлобно-насмешливым отношением к кому или чему-нибудь. Веселое настроение выражается также в общем возбуждении, приводящем к восклицаниям, хлопанью в ладоши, бесцельным движениям.

Смушение

Смушение определяют как замешательство, ощущение неловкости. У маленьких детей смушение возникает без видимой причины, при обращении к ним незнакомых людей. У взрослых смушение возникает в результате расхождения между тем, как человеку хочется выглядеть, и тем, как он действительно выглядит при неожиданной, помимо его желания, и неуместной ситуации, когда он «теряет свое лицо».

При смушении люди смотрят в сторону от других или опускают глаза, а малыши прячутся за платье или юбку матери; при этом некоторые из них украдкой посматривают на смутившего их человека. Характерным для смушения считается наличие легкой улыбки, пробегающей по лицу человека, или нервного и глупого смеха (в чем проявляется отличие от стыда), а также нарушение плавности движений и речи.

Стыд

Стыд — это сильное смушение от сознания совершения предосудительного поступка или попадания в унижительную ситуацию, в результате чего человек чувствует себя опозоренным, обесчещенным.

При стыде все сознание человека сфокусировано на этом чувстве или положении (ситуации), в котором он оказался. Ему кажется, что все то, что он скрывал от посторонних глаз, неожиданно оказалось выставленным на всеобщее обозрение и он оказался нагим, беззащитным, беспомощным. Человеку кажется, что он стал объектом презрения и насмешек. От этого человек, как писал Ч. Дарвин, теряет присутствие духа, говорит нелепые вещи, заикается, страшно гримасничает, становится неуклюжим.

Внешним выражением стыда может быть опускание головы и век (иногда глаза совсем закрыты, а иногда «бегают из стороны в сторону» или часто мигают; отведение взгляда (а если человек этого не делает, то в народе говорят «бесстыжие глаза»), отворачивание лица в сторону. Человек испытывает стремление сжаться, сделаться маленьким, незаметным, «провалиться сквозь землю».

Стыд может иметь следующие причины.

1. Осознание допущенной ошибки при встрече с незнакомым человеком: многим приходилось переживать ситуацию, когда, увидев на улице человека, мы признаем в нем знакомого и здороваемся с ним, но потом неожиданно понимаем, что обознались.

2. Критика, презрение, насмешка со стороны других или себя самого.

3. Осознание того, что высказанное или совершенное неуместно, неправильно или неприлично в данной ситуации.

4. Чрезмерная или неуместная похвала, которая воспринимается самим субъектом как незаслуженная.

5. Раскрытый обман.

6. Грязные, аморальные мысли.

7. Переживание за дорогого и любимого человека, попавшего в неловкую для него ситуацию или совершившего проступок. Родители, например, могут испытывать стыд за поступок своего ребенка.

8. Несостоятельность человека в той или иной ситуации, невыполненные обещания и обязательства.

9. Негативное представление о какой-то своей особенности (полноте, длинном носе, оттопыренных ушах), привлечшей внимание других; при этом негативное представление об одной черте легко генерализуется до представления о своей личности в целом.

Вина

В разных науках вина понимается по-разному. В уголовном праве вина понимается как субъективная сторона преступления, под которой понимается психическое отношение лица в форме умысла или неосторожности к совершаемому им деянию и его последствиям.

Психологическое понимание вины сводится к переживанию недовольства собой, связанного с обнаружением человеком расхождения между собственным поведением и принятыми моральными нормами.

И. А. Белик (2006) рассматривает вину как четырехкомпонентное образование. В нее входят:

1) эмоциональный компонент (переживания дисфорического характера — угнетенность, подавленность, страдание и т. д.), сожаление и раскаяние;

2) когнитивный компонент, который включает осознание и анализ поступка, осознание несоответствия «реального» и «идеального»;

3) мотивационный компонент: желание исправить или изменить сложившуюся ситуацию или поведение;

4) психосоматический компонент, связанный с неприятными физическими ощущениями (головная боль, тяжесть в животе и т. д.)

Презрение

Презрение — это социальное отвращение к человеку, совершившему недостойный поступок. Спецификой этой эмоции является то, что возникнув

ситуативно, она не исчезает бесследно по окончании ситуации, ее спровоцировавшей, а переходит в стойкое отрицательное отношение к данному человеку т. е. в чувство.

Презирать можно и себя за недостойное в своих глазах поведение.

Выражая презрение, человек выпрямляется, слегка откидывает голову назад и смотрит на объект презрения как будто сверху вниз. Брови и верхняя губа несколько приподняты (или уголки губ сжаты, что является самым узнаваемым признаком презрения, независимо от этнокультурных различий). Презрение может выражаться также «презрительной» усмешкой.

Эмоция презрения, по сравнению с гневом и отвращением, характеризуется самым низким уровнем физиологического возбуждения. Это «холодная» эмоция, сопровождающаяся крайне незначительными изменениями вегетатики. Процесс общения с презируемым человеком приобретает черты надменности, а не просто снисходительности

Обида

Обида как эмоциональная реакция на несправедливое отношение к себе появляется тогда, когда задевается чувство собственного достоинства человека, когда человек сознает, что его незаслуженно унижают. Это бывает в случае оскорбления, обмана человека, неоправданных обвинений и упреков в его адрес.

Цицерон сказал, что оскорбление причиняет боль, которую с трудом выносят мудрейшие и лучшие люди. Обида действительно является сильной душевной болью, огорчением. Она может оставаться затаенной и либо постепенно проходит, либо приводит к разработке плана мести обидчику. Нередко обида переживается остро, в виде гнева, и ведет к агрессивным действиям.

Гнев

Гнев может быть вызван личным оскорблением, обманом и другими моральными причинами, особенно если они неожиданны для субъекта. Но чаще всего причиной гнева является фрустрация, непреодоленное препятствие к достижению какой-либо цели.

Гнев возникает постепенно из цепочек негативного поведения, когда двое людей становятся на тропу взаимных обвинений (т. е. когда возникает ситуация «слово за слово»). Чаще всего такие цепочки возникают между людьми, имеющими равные права: между мужем и женой, между родителем и ребенком, между сослуживцами.

Зарождаются эти негативные цепочки чаще всего в связи с достаточно безобидными событиями и до какого-то определенного момента себя не проявляют. Поначалу обмен раздраженными репликами выглядит вполне банально, поэтому общающиеся не придают значения зарождению негативной цепочки. Но если цепочка включает в себя больше трех-четырёх реплик, то конфликт начинает сопровождаться криками, угрозами, физической агрессией. Последнее звено в цепочке, после которого прорывается гневная вспышка, называется «запускающим».

Паттерсон приводит список вербальных «звеньев», которые чаще всего способствуют зарождению опасной негативной цепочки.

1. Настойчивые советы.
2. Резкая критика.
3. Повторяющиеся незаслуженные и унижительные упреки («Ты никогда мне не помогаешь...»; «И это ты называешь едой?»).
4. Решительное установление границ разговора («Все, хватит. Забудь об этом» или «Сейчас же прекрати!»).
5. Угрозы.
6. Чрезмерное обобщение, навешивание ярлыков («Все вы, женщины (мужчины), одинаковы...»).
7. Бранные слова.
8. Обструктивное поведение («Я вообще отказываюсь это обсуждать!»).
9. Необъективная интерпретация намерений собеседника («Я знаю, чего ты добиваешься; ты хочешь...»).
10. Ирония, постоянные поддразнивания, «уколы».
11. Уничижительные заявления («Я не могу показаться с тобой в приличном обществе»).
12. Высказывания, имеющие целью «выпустить пар» («Убирайся из моей жизни!»; «Мне осточертела твоя физиономия!»).
13. Проклятия.
14. Сарказм («Знаю, как ты починишь! Как в прошлый раз, когда пришлось вызывать водопроводчика»).
15. Обвинения.
16. Ультиматумы («Если ты не изменишься, я уйду»).

Гнев можно спровоцировать не только вербально – через слово, высказывание, но и невербально – через мимику, жест, телодвижение.

Способы преодоления гнева:

1. Поискать другое объяснение.
2. Отвлечься, заняться какой-либо работой.
3. Найти смешное в сложившейся ситуации.
4. Вести диалог с самим собой.

Избавление от гнева с помощью «заземления»

Вы представляете гнев, который входит в вас, как пучок отрицательной энергии от человека или энергии, рождающейся в конфликтной ситуации. Затем вы представляете себе, что эта энергия опускается в вас и спокойно уходит в землю.

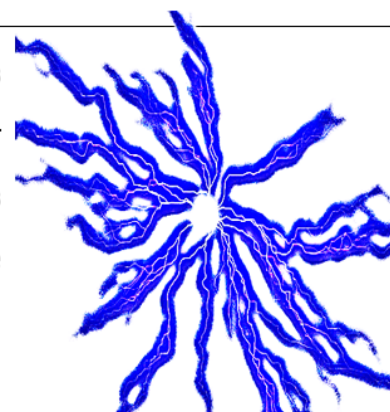


Рис. 4.2. Избавление от гнева с помощью «заземления»

Избавление от гнева с помощью «проецирования» и устранения.

Другой вариант избавления от гнева состоит в том, чтобы полностью расслабиться, а затем представить, что вы излучаете гнев, которым вы охвачены, и проецируете его на некий экран.

После этого представьте, что берете лучевую пушку и стреляете в него. Это дает выход желанию насильственных действий. С каждым попаданием ваше раздражение ослабевает все больше и исчезает.

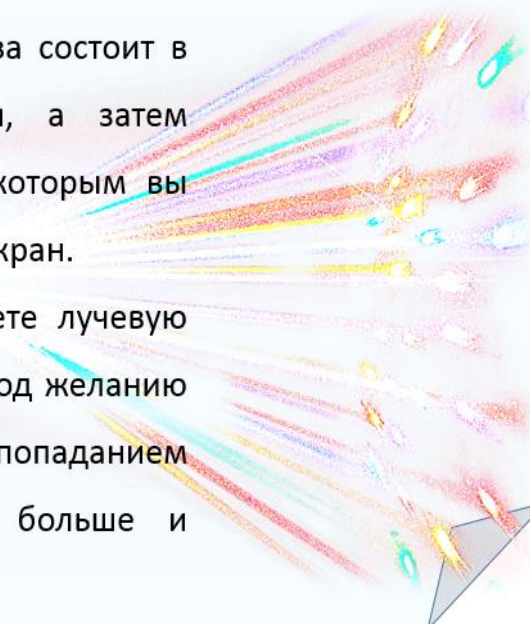


Рис. 4.3. Избавление от гнева с помощью «проецирования» и устранения

Печаль

Печаль может вызываться разлукой, психологической изоляцией (так называемым чувством одиночества). Главной и универсальной причиной печали является утрата чего-то значимого для человека, в том числе — непосредственного психологического контакта с дорогим человеком или с другими людьми (ощущение одиночества).

Как отмечают ряд ученых (Ч. Костелло, К. Изард), «печаль, замедляя общий темп жизни человека, дает ему возможность «оглянуться назад».

Замедление психических и соматических процессов, которыми сопровождается эмоция печали, позволяет по-новому взглянуть на мир, увидеть его иначе, расставить другие приоритеты в своей жизни, что трудно сделать в условиях ежедневной рутины.

Горе

Горе — это глубокая печаль по поводу утраты кого-либо или чего-либо ценного, необходимого. Причинами горя могут быть длительная разлука или утрата (смерть, разрыв любовных отношений) человека, к которому имеется привязанность; при смерти близкого человека утрачивается роль отца, матери, сына, друга и т. д., т. е. происходит разрушение ставших привычными функциональных связей.

Стадии переживания горя.

Первоначальной реакцией при переживании горя может быть шок, оцепенение, отрицание случившегося, неверие, ощущение нереальности происходящего. На лице отражаются страдание и печаль. В некоторых случаях возможны гнев и обвинение.

Фаза шока продолжается несколько дней, поэтому при погребении близкого человека люди могут быть в оглушенном состоянии и производить впечатление отрешенности от происходящего.

Во второй фазе (на 5–12-й день) они ведут себя более активно: плачут, причитают, испытывают тоску по умершему и живут как бы двойной жизнью. Наряду с обычной жизнью у них есть другая, в которой они как бы ждут встречи с умершим (при звонке в дверь возникает мысль — это он, рассказывают об умершем как о живом), надеются на чудо.

В третьей фазе, длящейся до 6–7 недель с момента трагического события, появляется отчаяние, депрессия. У некоторых людей в состоянии горя появляется бессонница, пропадает аппетит, они чувствуют слабость, разбитость, опустошенность. У них пропадает интерес к своим обычным занятиям, увлечениям. Часто возникает чувство собственной вины перед умершим из-за того, что с ним не было лучших отношений, что для него не было сделано всего того,

что было, как кажется, возможным. На этой фазе происходит преобразование психологического времени: погибший в сознании скорбящего человека переходит из настоящего времени в прошедшее.

В четвертой фазе (остаточных толчков), длящейся в течение года, происходит постепенный отход от угнетенного и депрессивного состояния. Люди возвращаются к повседневной деятельности и заботам.

Страх

Страх (боязнь), связанный с общением, имеется уже у младенцев. Это боязнь незнакомых людей и страх отделения. И тот и другой психологический феномен возникают у ребенка приблизительно в 7 месяцев.

Боязнь незнакомцев приводит к тому, что ребенок начинает исследовать незнакомые объекты только в присутствии близкого человека. Страх отделения связан с уходом близкого человека из помещения, где находится младенец. Очевидно, это связано с тем, что ребенок боится потерять защитника, свою безопасность в окружающем мире.

Со временем боязнь незнакомых людей проходит, но появляются новые страхи, связанные с контактами с людьми, например страх отвержения. Маленький ребенок боится, что родители перестанут его любить или бросят его, особенно когда для наказания демонстрируют ребенку отсутствие своего расположения к нему, своей любви. Этот же страх возникает при рождении в семье братика или сестренки: ребенку кажется, что теперь родители перестанут его любить, обращать на него внимание. У многих детей имеется страх наказания. В младших классах дети могут бояться учителей.

Боязнь общения (проявление застенчивости) наблюдается не только у детей, но и у взрослых. У многих людей имеется боязнь публичных выступлений, а у пожилых людей — боязнь одиночества.

В общении и взаимодействии людей выделяют такие явления, как коммуникативный стиль личности и коммуникативная толерантность.

Коммуникативный стиль личности – совокупность привычных для нее способов и средств установления и поддержания контактов с окружающими в различных формах взаимодействия – в беседах, переговорах, дискуссиях, спорах, а также в различных ситуациях взаимодействия – выработка идей, принятие и формулировка решений, преодоление конфликтов.

Коммуникативный стиль личности вызывает либо комфортное, либо неопределенное (нейтральное), либо дискомфортное действие на партнеров.

Различают три коммуникативных стиля: синергический, нонсинергический и антисинергический.

Стиль синергический (от греч сотрудничество, содружество) отличается тем, что личность своей манерой взаимодействия с партнерами (партнером) способствует объединению, сплочению и увеличению эффективности совместной деятельности.

Стиль нонсинергический (лат. нон – не, нет) характеризуется тем, что личность не может или не хочет содействовать успеху совместного труда. Она занимает позицию отстраненного наблюдателя, воздерживается проявлять инициативу, не демонстрирует соучастие и сопереживание в рабочем процессе.

Стиль антисинергический (греч. анти – противоположность) выражается в активных деструктивных формах поведения личности при взаимодействии с партнерами. Она наносит вред процессу и результатам совместной деятельности тем, что обычно демонстративно противопоставляет себя большинству, либо конфликтует сама, либо провоцирует конфликты между партнерами, своими настроениями определяет хаотичность в эмоциональных связях взаимодействующих сторон.

Коммуникативная толерантность – это характеристика отношения личности к людям, показывающая степень переносимости ею неприятных или неприемлемых, по ее мнению, психических состояний, качеств и поступков партнеров по взаимодействию.

Коммуникативная толерантность одна из важнейших и очень информативных черт человека. В ней отражаются факторы его жизни и воспитания, опыт общения, культура, ценности, потребности, интересы, установки, характер, темперамент, привычки, особенности мышления и эмоционально-волевые характеристики.

Нередко в профессиональной деятельности человека можно наблюдать динамику коммуникативной толерантности. Например, молодой медик в начале карьеры демонстрирует сниженную толерантность к некоторым типам пациентов, но с возрастом терпимость возрастает; возможна и обратная зависимость – с увеличением стажа работы все больше проявляется раздражение больными или некоторыми типами больных.

О низком уровне общей коммуникативной толерантности свидетельствуют следующие особенности поведения:

1. Вы не умеете, либо не хотите понимать или принимать индивидуальность других людей.

2. Оценивая поведение, образ мыслей или отдельные характеристики людей, вы рассматриваете в качестве эталона самого себя.
3. Вы категоричны или консервативны в оценках людей.
4. Вы не умеете скрывать или хотя бы сглаживать неприятные чувства, возникающие при столкновении с некоммуникабельными качествами у партнеров.
5. Вы стремитесь переделать, перевоспитать своего партнера.
6. Вам хочется подогнать партнера под себя, сделать его удобным.
7. Вы не умеете прощать другому его ошибки, неловкость, непреднамеренно причиненные вам неприятности.
8. Вы нетерпимы к физическому или психическому дискомфорту, в котором оказался партнер.
9. Вы плохо приспосабливаетесь к характерам, привычкам, установкам или притязаниям других.

Проверьте себя: насколько вы способны принимать или не принимать индивидуальность встречающихся вам людей. Ниже приводятся суждения, воспользуйтесь оценками от 0 до 3 баллов, чтобы выразить, сколь верны они по отношению лично к вам:

- 0 баллов – совсем неверно,
- 1 -верно в некоторой степени,
- 2 – верно в значительной степени,
- 3 – верно в высшей степени.

Закончив оценку суждений, подсчитайте число полученных баллов, будьте искренни.

№ п/п	Суждения	Баллы
1		
1	Медлительные люди обычно действуют мне на нервы.	
2	Меня раздражают суетливые, непоседливые люди	
3	Шумные детские игры переношу с трудом	
4	Оригинальные, нестандартные, яркие личности, чаще всего действуют на меня отрицательно	
5	Безупречный во всех отношениях человек насторожил бы меня	
2		
1	Меня обычно выводит из равновесия несообразительный собеседник.	
2	Меня раздражают любители поговорить.	

3	Я бы тяготился разговором с безразличным для меня попутчиком в поезде, самолете, если он проявит инициативу.	
4	Я бы тяготился разговорами случайного попутчика, который уступает мне по уровню знаний и культуры.	
5	Мне трудно найти общий язык с партнерами иного интеллектуального уровня, чем у меня.	
3		
1	Современная молодежь вызывает неприятные чувства своим внешним видом (прически, косметика, наряды).	
2	Так называемые "новые русские" обычно производят неприятное впечатление либо бескультурьем, либо рвачеством.	
3	Представители некоторых национальностей в моем окружении откровенно не симпатичны мне.	
4	Есть тип мужчин (женщин), который я не выношу.	
5	Терпеть не могу деловых партнеров с низким профессиональным уровнем.	
4		
1	Считаю, что на грубость надо отвечать тем же.	
2	Мне трудно скрыть, если человек мне чем-либо неприятен.	
3	Меня раздражают люди, стремящиеся в споре настоять на своем.	
4	Мне неприятны самоуверенные люди	
5	Обычно мне трудно удержаться от замечания в адрес озлобленного или нервного человека, который толкается в транспорте	
5		
1	Я имею привычку поучать окружающих.	
2	Невоспитанные люди возмущают меня.	
3	Я часто ловлю себя на том, что пытаюсь воспитывать кого-либо	
4	Я по привычке постоянно делаю кому-либо замечания.	
5	Я люблю командовать близкими.	
6		
1	Меня раздражают старики, когда в час пик они оказываются в городском транспорте или в магазинах.	
2	Жить в номере гостиницы с посторонним человеком для меня просто пытка.	
3	Когда партнер не соглашается в чем-то с моей правильной позицией, то обычно это раздражает меня.	
4	Я проявляю нетерпение, когда мне возражают.	
5	Меня раздражает, если партнер делает что-то по-своему, не так, как мне	

	того хочется.	
7		
1	Обычно я надеюсь, что моим обидчикам достанется . по заслугам.	
2	Меня часто упрекают в ворчливости.	
3	Я долго помню нанесенные мне обиды теми, кого я ценю или уважаю.	
4	Нельзя прощать сослуживцам бестактные шутки.	
5	Если деловой партнер непреднамеренно заденет мое самолюбие, я на него тем не менее обижусь.	
8		
1	Я осуждаю людей, которые плачутся в чужую жилетку.	
2.	Внутренне я не одобряю коллег (приятелей), которые при удобном случае рассказывают о своих болезнях.	
3	Я стараюсь уходить от разговора, когда кто-нибудь начинает жаловаться на свою семейную жизнь.	
4	Обычно я без особого внимания выслушиваю исповеди друзей (подруг).	
5	Мне иногда нравится позлить кого-нибудь из родных или друзей.	
9		
1	Как правило, мне трудно идти на уступки партнерам.	
2	Мне трудно ладить с людьми, у которых плохой характер.	
3	Обычно я с трудом приспосабливаюсь к новым партнерам по совместной работе.	
4	Я воздерживаюсь поддерживать отношения с несколько странными людьми.	
5	Чаще всего я из принципа настаиваю на своем, даже если понимаю, что партнер прав.	
Всего баллов		

Подсчитайте сумму баллов, полученных вами по всем 9-ти признакам и сделайте вывод: чем больше баллов, тем ниже уровень коммуникативной толерантности.

Максимальное число баллов, которые можно заработать – 135, свидетельствует об абсолютной нетерпимости к окружающим, что вряд ли возможно для нормальной личности.

Точно так невероятно получить ноль баллов – свидетельство терпимости личности ко всем типам партнеров во всех ситуациях.

Средние баллы у разных категорий опрошенных: воспитатели дошкольных учреждений – 31 балл, медсестры – 43, врачи – 40 баллов. Сравните свои данные с

приведенными показателями и сделайте вывод о своей коммуникативной толерантности.

Обратите внимание на то, по каким из 9-ти предложенных выше поведенческих признаков у вас высокие суммарные оценки – здесь возможен интервал от 0 до 15 баллов. Чем больше баллов по конкретному признаку, тем менее вы терпимы к людям в данном аспекте отношений с ними. Напротив, чем меньше ваши оценки по тому или иному поведенческому признаку, тем выше уровень общей коммуникативной толерантности по данному аспекту отношений.

Тема 5. Конструктивное разрешение конфликтов

Конфликт – это столкновение сторон, мнений, сил, противоположно направленных целей, интересов, позиций и взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия.

Конфликт – это противоречие, возникающее между людьми в связи с решением тех или иных вопросов социальной и личной жизни.

Однако не всякое противоречие можно назвать конфликтом. Отличительной особенностью конфликта является то, что участники переполнены негативными эмоциями, такими как гнев, злость, ярость, обида, чувство вины и т.д. Для конфликта характерно стремление любой ценой навязать свою точку зрения оппоненту и полное отвержение позиции другой стороны.



Рис. 5.1. Причины конфликтов

Объективные причины конфликтов

- Слабая разработанность правовых норм.
- Недостаток материальных и духовных благ.
- Естественное столкновение интересов людей в процессе жизнедеятельности.
- Образ жизни, связанный с материально-бытовой неустроенностью, радикальными переменами в стране.
- Стереотипы в обществе.

Организационно-управленческие причины конфликтов

- Несоответствие структуры организации требованиям деятельности, которой она занимается (например, в учреждении слишком много подразделений, которые дублируют работу друг друга).

- Неправильно организованы связи организации с внешней средой, с вышестоящими и нижестоящими структурными подразделениями, между отдельными работниками (например, один сотрудник подчиняется нескольким начальникам, которые дают противоречивые распоряжения).

- Ошибки руководителя в процессе решения управленческих задач (например, руководитель неправильно оценил время, необходимое для решения задачи, и поставил слишком жесткие сроки, что вызывает риск невыполнения поставленной задачи и стресс у сотрудников).

Социально-психологические причины конфликтов

- Потери и искажения информации в процессе коммуникации.
- Психологическая несовместимость.
- Напряженные межличностные отношения.
- Различный подход в оценке результатов деятельности друг друга.
- Стремление к власти.

Личностные причины конфликтов

- Низкий уровень эмпатии.
- Завышенный или заниженный уровень притязаний.
- Низкий уровень социально-психологической компетенции.
- Особенности темперамента, акцентуации характера.

Понятия конфликтность и конфликтогенность

Конфликтность – свойство личности, которое отражает частоту ее вступления в межличностные конфликты.

Конфликтогенность – психологическая особенность и нравственное свойство человека, выражающее его склонность к ссорам, склокам и т.д. Конфликтогенная личность может сознательно организовывать конфликтные ситуации, например, распространяя слухи, сплетни, неуважительно обращаясь к другим людям и пр.

Конфликтный человек часто участвует в конфликте в силу своих личностных особенностей: вспыльчивости, несдержанности, обидчивости и пр.

Конфликтогены – слова, действия (или бездействие), способствующие возникновению и развитию конфликта. Конфликтогенами могут быть обидные слова, оценочные суждения («То, что ты говоришь – это ерунда, чепуха!»), может быть нарочитое молчание, обидные жесты. Конфликтоген вызывает негативные эмоции у оппонента и желание ответить тем же. Цепочка конфликтогенов создает инцидент и приводит к нарастанию конфликта.

Функции конфликта



Рис. 5.2. Деструктивные функции конфликтов



Рис. 5.3. Конструктивные функции конфликтов

Управление конфликтом

Управление конфликтом – это деятельность по обеспечению развития конфликтного взаимодействия с целью снижения остроты, последующей минимизации конфликта и его разрешения.

Конфликтом можно управлять, если:

- участники признают реальность конфликта, возникших противоречий;
- участники признают права сторон на свои позиции;
- создаются специальные рабочие группы по регулированию конфликтного взаимодействия;
- конфликтующие стороны заинтересованы в конструктивном, взаимовыгодном решении конфликта.

Конфликт неуправляем, если:

- одна или обе стороны желают продолжения конфликта;
- эмоциональные отношения таковы, что конструктивное взаимодействие невозможно;
- конфликт – это верхушка айсберга, и его разрешение не решит глубинных проблем;
- различное восприятие участниками сути конфликта, связанное с различными жизненными ценностями;
- агрессивная концепция среды, культуры.

Стадии управления конфликтом



Рис. 5.4. Стадии управления конфликтом

Прогнозирование – выявление возможных причин конфликта. Прогнозировать возможные конфликты можно, если:

- изучать и наблюдать свои эмоциональные реакции, особенности поведения, индивидуально-психологические свойства;

- изучать индивидуально-психологические особенности коллег;
- расширять свои знания и способности анализировать ранние симптомы скрытого конфликта, на стадии возникновения конфликтной ситуации (ограничение отношений, подчеркнуто-официальная форма общения, критические высказывания в адрес соперника и др.)

Предупреждение (профилактика) – это вид деятельности, направленный на недопущение конфликта. Это, в первую очередь, управление своим поведением:

- повышение уровня коммуникативной компетенции;
- не использовать в речи конфликтогены;
- не отвечать конфликтогеном на конфликтоген;
- применять техники снижения эмоционального напряжения, ослабления стресса;
- овладение искусством ведения дискуссии, критики;
- умение противостоять манипулированию.

Регулирование – это действия участников конфликта, а также третьих лиц, по преодолению конфликта.

Разрешение конфликта – это процесс нахождения взаимоприемлемого для оппонентов решения конфликтной ситуации.

Анализ конфликта – это всестороннее рассмотрение конфликта с целью управления и разрешения конфликтной ситуации.



Рис. 5.5. Анализ конфликта

Для осуществления подробного анализа конфликтной ситуации используется метод «Картография конфликта». Карту можно составлять индивидуально или коллективно. Преимущества методики картографии заключаются в том, что:

- составление карты позволяет преодолевать лишние эмоции;
- признаются наиболее трудные участки, требующие неотложного внимания;
- карта способствует созданию новых направлений в выборе решений;
- во время группового процесса составления карты люди, которые считают, что их не поняли, имеют возможность высказаться, что способствует созданию атмосферы доверия.

Таблица 5.1. Методы управления конфликтом

Методы управления конфликтом
1. Разрешение конфликтов без посредника:
<ul style="list-style-type: none"> • метод творческой визуализации; • рационально-интуитивный метод; • картография конфликта; • метод Декартовых координат.
2. Участие третьей стороны в разрешении конфликтов:
<ul style="list-style-type: none"> • медиация; • фасилитация; • арбитраж.
3. Методы, реализуемые как при участии посредника, так и без него:
<ul style="list-style-type: none"> • метод мозгового штурма; • переговоры.

Метод творческой визуализации

Данный метод может быть использован для анализа причин конфликта. Этот метод помогает использовать силу нашего воображения для достижения поставленных целей.

Этот метод можно использовать для преодоления ревности, обиды, чувства вины.

Вы мысленно моделируете конфликтную ситуацию, воссоздаете в своем воображении предстоящую встречу, разговор с возможным оппонентом и психологически готовите себя к ней. Вы как бы наблюдаете за собой и своим оппонентом со стороны, смотрите фильм, подмечая все промахи актеров.

Шаг 1: выберите цель.

Целью может быть предмет, свое собственное состояние, определенная ситуация, к примеру, чувство уверенности в себе, встреча с неким человеком.

Шаг 2: настройтесь.

Необходима комфортная, спокойная обстановка. Выберите подходящее время и место, примите удобное положение, расслабьтесь.

Шаг 3: включите воображение.

Представляйте свою цель как можно подробнее. Если это предмет, представьте его текстуру, рассмотрите со всех сторон, возьмите в руки. Если ситуация, представьте окружающую обстановку, представьте людей вокруг, во что они одеты, что они делают, говорят, во что одеты вы, что вы говорите, что делаете. Представьте, что все происходит именно так, как вы хотите. Это ваша визуализация, поэтому в ней все будет так, как вы пожелаете.

Шаг 4: закрепите результат. Сохраните в воображении желанную цель.

От вас требуется регулярное повторение своей визуализации. Ваша визуализация должна быть только позитивной и нести исключительно положительный заряд, ее реализация должна обрадовать вас, и при этом не нанести никому вреда.

Рационально-интуитивный метод

Этот подход основывается на оценке обстоятельств, характеров, интересов и потребностей вовлеченных в конфликт людей, а также собственных целей, интересов и потребностей.

Наиболее часто встречаются конфликты в форме острых споров. Оппоненты бросают обвинения, задают друг другу вопросы, которые вызывают неприятные чувства и могут привести к непредсказуемым результатам.

Рационально-интуитивный метод позволяет изменить отношение к проблеме.

Когда мы говорим или просто думаем, что это проблема, мы увеличиваем собственные трудности. Когда же мы начинаем относиться к проблеме как к творческой задаче, которая требует лишь решения, ощущение этих трудностей снижается и тогда остается подобрать лишь соответствующие средства.

Существует несколько приемов, помогающих выйти из сложной ситуации в трудном разговоре, где есть стремление снизить градус конфликта.

Можно, например, себе сказать:

- «А стоит ли отвечать на такой вопрос?» (снижение значимости вопроса);
- «С ходу ответить на этот вопрос трудно, нужно разобраться» (выигрыш времени для продумывания вариантов и выбора подходящей формы ответа);
- «Стоит ли разбираться в этом вопросе, ответ и так очевиден» (придание вопросу явно бессмысленного характера);

- «Он может думать так, а я — иначе, но это не значит, что мы будем сражаться. Каждый может иметь свою точку зрения» (толерантная позиция, позволяющая сохранить свое мнение, не стремясь обязательно выиграть).

Картография конфликта

Этот метод используется как средство анализа и самоанализа для разрешения конфликтов – межличностных, внутриличностных, межгрупповых.

Этап 1. В чем проблема.

Опишите проблему в общих чертах.

Этап 2. Кто вовлечен?

Решите, кто является главными сторонами конфликта.

Этап 3. Каковы их подлинные потребности?

Теперь вам следует перечислить основные потребности и опасения для каждого из главных участников, связанные с данной проблемой.

Метод Декартовых координат

Этот метод разработан на основе представлений французского философа Р. Декарта о том, что наше сознание имеет определенную структуру и его можно представить как пространство, обозначенное математическими (алгебраическими) символами (а, б).

Все это пространство поделено на четыре квадрата с помощью двух пересекающихся прямых – координат.

Метод Декартовых координат	
<p>Что <i>случится</i>, если ... этого <i>не будет</i> $a+ b -$</p> <p>I</p>	<p>Что <i>случится</i>, если ... это <i>будет</i> $a+ b -$</p> <p>II</p>
<p>Что <i>не случится</i>, если ... этого <i>не будет</i> $a - b -$</p> <p>IV</p>	<p>Что <i>не случится</i>, если ... это <i>будет</i> $a - b+$</p> <p>III</p>

Рис. 5.6. Метод Декартовых координат

Медиация

Медиация в конфликте — содействие третьей стороны в поисках соглашения в конфликтной ситуации.

Рекомендации медиатора могут приниматься во внимание спорящими, но необязательно должны выполняться.

Медиация — это целенаправленное вмешательство, способное сначала ослабить конфликт, затем подготовить почву для принятия взвешенных решений и, наконец, разрешить некоторую проблему.

Особенно широко медиация используется при решении разнообразных общественных проблем (муниципальные и экологические конфликты, разногласия между профсоюзами и администрацией и т.д.), в юридической практике, при разрешении имущественных и бракоразводных процессов.

Основные цели медиации заключаются:

- в разработке плана будущих действий (проект соглашения), который участники смогли бы принять за основу;
- в подготовке участников к тому, чтобы они в полной мере осознавали последствия своих собственных решений;
- в помощи участникам в приемлемом для них решении.

Фасилитация

Фасилитация - организация в группе процесса коллективного решения проблем.

Цель фасилитации – разрешить конфликт внутри группы и помочь ей прийти к приемлемому для всех соглашению.

Этапы фасилитации:

1. Определить проблему.
2. Выявить причины, вызвавшие данную проблему.
3. Установить критерии для оценки решений по данной проблеме.
4. Генерировать альтернативные решения.
5. Оценить эти решения.
6. Выбрать лучшее решение.
7. Выработать план действий по реализации данного решения.
8. Осуществить эти действия.
9. Оценить результаты работы и приемлемость процесса фасилитации.

Арбитраж

Арбитраж – форма разрешения конфликта с помощью третьей стороны, которая выступает в роли арбитра, ее рекомендации являются обязательными для выполнения конфликтующими сторонами.

Чаще всего такая форма используется в управленческой практике.

Алгоритм арбитража

- 1) Беседа арбитра (руководителя) с одним из участников конфликта по его инициативе, или по указанию вышестоящего руководителя;
- 2) Беседа со вторым участником конфликта, которой может предшествовать сбор дополнительной информации;
- 3) Анализ конфликтной ситуации арбитром, направленный на установление «истины» и выработку арбитражного решения.
- 4) Встреча с обоими участниками конфликта и доведение до них арбитражного решения.

Метод мозгового штурма

Метод мозгового штурма, мозговой атаки может быть с успехом использован для поиска группой альтернатив разрешения конфликта.

Когда перед группой стоит задача нахождения новых подходов к сложившейся ситуации, когда необходимы новые решения и новые идеи, этот метод может быть весьма эффективен.

Мозговой штурм состоит из трех этапов:

1. подготовительный;
2. генерирование идей;
3. заключительный – анализ и оценка идей.

1. Подготовительный этап

Первый этап состоит в подготовке и организации процесса мозгового штурма. Назначается ведущий, который отвечает за организацию и процедурную часть работы. Ведущий должен сформулировать цели и задачи, подобрать участников, подготовить помещение для работы (папки, бумага, флип-чарт, доска, техника и т.п.). Участники делятся на две группы: генераторы идей и аналитики (критики).

2. Этап генерирования идей

Оптимальный состав группы от 5 до 15 человек. Сам процесс генерирования идей проходит в течение 15-20 мин.

Все идеи записываются. Участники совещания могут выдать более ста идей.

Важной составляющей, способствующей успеху проведения мозгового штурма, являются следующие правила:

- отсутствие всякой критики;
- поощрение всех предлагаемых идей, творческая атмосфера;
- равноправие участников мозгового штурма;
- свобода ассоциаций и творческого воображения;
- обязательная фиксация всех высказанных идей.

3. Заключительный этап – подведение итогов мозгового штурма

Задача аналитиков систематизировать и классифицировать идеи по группам, оценить идеи на реализуемость.

Затем из общего количества наработанных идей отбирают наиболее оригинальные и рациональные.

Составляется окончательный список практически реализуемых идей.

Переговоры

Переговоры как метод решения конфликтов представляют собой набор тактических приемов, направленных на поиск взаимоприемлемых решений для конфликтующих сторон.

Решение проблемы вырабатывается совместно всеми участниками.

Главная проблема, которая решается в ходе переговоров, заключается в постепенном преодолении различий и сближении участников относительно выбора варианта решения той или иной проблемы.

На результат переговоров значительное влияние оказывает характер отношений с партнерами.

Стратегия переговоров имеет два основных направления:

- а) позиционный подход (мягкий или жесткий);
- б) принципиальный подход.

Таблица 5.2. Сравнение подходов к ведению переговоров

Мягкий подход в переговорах	Жесткий подход в переговорах	Принципиальный подход в переговорах
Участники – друзья	Участники - противники	Участники вместе решают проблему
Цель – соглашение, сохранение отношений	Цель - победа	Цель – разумный результат, достигнутый эффективно и дружелюбно
Делать уступки для культивирования отношений	Требовать уступок в качестве условия для продолжения отношений	Отделить людей от проблемы
Мягкий курс в отношениях с людьми и при решении проблемы	Жесткий курс в отношениях с людьми и при решении проблемы	Мягкий курс в отношениях с людьми и жесткая платформа при решении проблемы.

Доверять другим	Не доверять другим	Вести договоры независимо от степени доверия
Изменчивая позиция	Твердая позиция	Концентрация на интересах, а не позициях
Делать предложения	Угрожать	Анализировать интересы
Идти на уступки	Требовать уступок	Обдумывать взаимовыгодные варианты
Поддаваться давлению	Применять давление	Уступать доводам, а не давлению

Тема 6. Психологические аспекты публичного выступления

Публичное выступление - это процесс презентации и открытого выражения вашего мнения, мыслей, идей и чувств в интересах общественности. Оно адресовано публике и требует демонстрации лидерских способностей.

Публичная речь - это средство достижения деловых целей. Она должна быть убедительной, доказательной, грамотной, логичной, продуманной, красивой, эмоционально украшенной.

Факторы успеха публичного выступления

- Психологический настрой
- Зрительный контакт
- Владение голосом
- Выразительная мимика
- Ненавязчивая жестикуляция
- Умение держать паузу
- Доброжелательность и легкий юмор
- Выбор места выступления




Рис. 6.1. Факторы успеха публичного выступления

От хорошего публичного выступления зависит очень многое – подписанный договор о приеме на работу, отличная защита дипломного проекта, удовлетворенный пациент, настроенный на плодотворное сотрудничество с медработником и др.

Успех выступления зависит от содержательной и психологической подготовки. Начиная подготовку к публичному выступлению, нужно сформулировать цель: Чего я хочу добиться своим выступлением? Что я хочу получить?

Этапы подготовки речи

1 этап. Ознакомиться с предметом предстоящего выступления и сформулировать тему.

2. этап. Определить цель выступления и составить план.

3 этап. Составить текст выступления.

4 этап. Прорепетировать речь.

5 этап. Редактировать текст и запомнить выступление.

6 этап. Психологический настрой.

7 этап. Выступить и проанализировать успехи и ошибки.



Рис. 6.2. Факторы, мешающие публичному выступлению

Психологическая подготовка к публичному выступлению включает в себя преодоление страха перед выступлением и отработку навыка самопрезентации.

Основные методы преодоления страха перед публичным выступлением

1. Практика. Лучший способ отработать навык публичного выступления – это выступать как можно больше: с докладами на семинарах, на совещаниях, собраниях. Используйте любую возможность, чтобы получить навыки публичных выступлений.

2. При любом уровне владения навыком не пренебрегайте тщательной подготовкой. Изучайте детально тему, по которой будете выступать. Предположите, какие вопросы могут быть заданы, и подготовьте ответы на них.

3. Обязательно репетируйте. Не ждите, что многочасовая работа над слайдами позволит вам лучше подготовить речь. Чтобы подготовить речь, текст нужно проговорить. Выделите специальное время, отключитесь от всего, запритесь и проговорите речь в движении, подглядывая в тезисы. Таких репетиций может потребоваться несколько, и с каждым разом будет получаться лучше и лучше. Очень эффективна репетиция в условиях реальной, но заведомо доброжелательной аудитории – среди друзей, родственников, коллег. Хотите добиться большего эффекта – запишите одно из финальных выступлений на видео. Скорее всего, это вам не понравится, зато позволит объективно увидеть недостатки и успеть их исправить.

4. Внешний вид. Постарайтесь выглядеть во время выступления хорошо. В первую очередь для самого себя. Здесь срабатывает следующий психологический момент. Например, у девушки появилась «стрела» на колготках. Она думает об этом, переживает. Пусть 90% людей ее не видят, но девушка-то знает про это. Эти мысли не прибавляют ей уверенности. Позаботьтесь о том, чтобы одежда и обувь не доставляли вам внутреннего дискомфорта и не отвлекали ваше внимание во время выступления.

5. Вообразите свой успех перед аудиторией. Лучшего всего этот способ работает, если Вы начали им пользоваться как минимум за две недели. Суть этого способа заключается в том, что ежедневно Вы вызываете в своём воображении детальный образ успешного проведения доклада или выступления. Вы чётко представляете себе, как Вы поднимаетесь на трибуну, как заставляете свои разыгравшиеся эмоции утихнуть, как начинаете своё выступление и чувствуете заинтересованность и внимание зала. Вообразите себе, как спокойно и взвешенно звучит каждое Ваше слово, которому внимлет каждый человек из аудитории слушателей. Это упражнение следует повторять до тех пор, пока Ваше сознание не воспримет его как реальность, пока Станиславский внутри Вас не перестанет повторять своё коронное «Не верю!».

Этот способ называется визуализация, он помогает добиться успеха практически в любом деле.

Современное публичное выступление практически всегда сопровождается мультимедийной презентацией.

Особенности сопровождения выступления презентацией

- *презентация необходима, если нужно показать то, что нельзя рассказать – это могут быть рисунки, фотографии, графики;*
- *презентация нужна, чтобы выводить текст, основные тезисы, цели и задачи;*
- *слайды презентации должны показываться в одном ритме;*
- *презентация должна иметь спокойный фон и хорошо воспринимаемый шрифт;*
- *презентация не должна повторять текст выступления слово в слово.*

Рис. 6.3. Особенности сопровождения публичного выступления презентацией

Подготовка и проведение публичного выступления

Подготовка к публичному выступлению начинается с определения темы, сбора, анализа и обобщения информации, составления плана и кратких тезисов.

Если материала у вас достаточно, и он хорошо продуман, то следует перейти к плану. Задача плана — сделать речь стройной, логически связанной и последовательной. При подготовке плана необходимо учитывать состав аудитории. Кроме того, обязательно нужно готовить тезисы или конспект выступления. Конспект приучает к стройности и краткости изложения, четкости формулировок.

Ваша речь не будет иметь успеха, если вы не затратите определенных усилий на подготовку самопрезентации. Начните с того, как вы должны появиться. Ваша походка должна быть ровной. Помните, что любое ваше движение будет моментально замечено. Глядя на вас, слушатели должны почувствовать значимость вашего выступления.

Как выступающий — вы для них личность, а личности всегда находятся в центре внимания. Научитесь использовать оказываемое вам внимание, которое не всегда означает, что люди только и ждут вашей неудачи.

Вам необходимо вступить в контакт со слушателями. Все должно происходить так же, как в диалоге, только границы диалога чрезвычайно расширяются. Измениться должна лишь сила вашего голоса, а стиль речи меняться не должен. Так же, как и в диалоге, следует смотреть на слушателей, слушатели должны видеть ваши глаза.

И вот вы на трибуне. Не начинайте свое выступление сразу, немного подождите. Никаких суетливых движений, они моментально отвлекают слушателей от существа выступления.

Не начинайте говорить сразу, как только подниметесь на трибуну. Вы хорошо сделаете, если окинете всех слушателей дружеским, уверенным взглядом. Этот прием является первым возможным контактом оратора со слушателем. Первое позитивное впечатление, которое слушатели получают от вас, часто является решающим.

Главным психологическим фактором, который оказывает воздействие на слушателей, являетесь именно вы, и слушатели оценивают, как вы одеты, как вы держитесь на трибуне, как вы говорите, знаете ли вы то, о чем говорите.

Обращение к слушателю — это первый шаг к сближению с ним. Контакт со слушателями устанавливается в откровенной и дружеской манере, однако, в зависимости от ситуации, с преобладанием доверительности или же с соблюдением дистанции. В большинстве случаев используются нейтральные обращения, но они бесцветны. Обращение по возможности учитывает состав слушателей, например, дорогие сослуживцы, уважаемые друзья, дорогие коллеги. Если слушатели неизвестны, то почтительное обращение воспринимается как преувеличение. Обращение должно быть почтительным, но не раболепным.

Помните о выразительности речи. Важно, чтобы четко и ясно были произнесены ударные гласные. Старайтесь избегать речевых ошибок.

Никто не может полностью избежать обмолвок, поэтому из-за мелких грамматических оплошностей не стоит вносить поправки. Обмолвки случаются даже у лучших ораторов.

Неприятное впечатление на слушателей производят канцеляризм дежурные фразы типа: «охватить мероприятием...», «уделить должное внимание...», «в настоящий момент...». Очень много мучений добавляет выступающим слово

«вопрос»: его ставят, заостряют, касаются, тормозят, затрагивают, регулируют, утрясают.

Избавляйтесь от слов-паразитов: «так сказать», «понимаете», «значит», «вот».

Расширяйте свой словарный запас

Следует знать, что активно слушать человек может в среднем 15 минут. Затем необходимо сделать паузу или небольшое отступление, привести какой-нибудь любопытный факт.

Необходимо помнить о роли жестов в публичном выступлении. Лучше всего, когда поза при выступлении спокойная, а жесты свободные и упругие.

Не держите руки в карманах, это не говорит о хороших манерах. К тому же, держа руки в карманах, вы не сможете научиться пользоваться ими.

С помощью рук можно показать размеры предмета, указать на какие-либо предметы, подчеркнуть важность сказанного. Пользуйтесь руками для создания образов своих идей. При этом необходимо считаться со следующими правилами.

1. Около 90% жестов необходимо делать выше пояса. Жесты, сделанные руками ниже пояса, часто имеют значение неуверенности, неудачи, растерянности.

2. Локти не должны находиться ближе чем на 3 см от корпуса. Меньшее расстояние будет символизировать незначительность и слабость вашего авторитета.

3. Жестикулируйте обеими руками. Самое трудное — начать пользоваться жестами, которые вы считаете приемлемыми.

Немаловажно и то, как закончить выступление. Это объясняется тем, что слушатели, скорее всего, будут дольше помнить заключительные фразы. Никогда нельзя заканчивать выступление словами: «Вот приблизительно все, что я хотел сказать по этому вопросу. Так что, пожалуй, на этом я закончу».

Заканчивайте выступление, но не говорите о том, что вы заканчиваете.

Приведем некоторые варианты возможного завершения выступления:

- 1) сделайте краткое резюме высказанных вами положений;
- 2) сделайте слушателям подходящий комплимент;
- 3) вызовите улыбку или смех;
- 4) процитируйте подходящие поэтические строки;
- 5) создайте кульминацию.

Подготовьте хорошее начало и хорошее окончание выступления и сделайте так, чтобы они были связаны друг с другом. Всегда заканчивайте свое выступление прежде, чем ваши слушатели захотят этого сами.

Тема 7. Психология делового общения

Деловое общение представляет собой особую форму взаимодействия людей в процессе определенного вида трудовой деятельности, которая содействует установлению нормальной морально-психологической атмосферы труда и отношений партнерства между руководителями и подчиненными, между коллегами, создает условия для продуктивного сотрудничества людей в достижении значимых целей, обеспечивая успех общего дела.

Особенности делового общения:

- Партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта.
- Общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела.
- Основная задача делового общения — продуктивное сотрудничество.

Правила делового общения «сверху вниз»

•Если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провел вас. Более того, если руководитель не сделал подчиненному соответствующего замечания, то он просто не выполняет своих обязанностей.

•Критикуйте действия и поступки, а не личность человека.

•Никогда не советуйте подчиненному, как поступать в личных делах. Если совет поможет, вас скорее всего не поблагодарят. Если не поможет — на вас придется вся ответственность.

•Соблюдайте принцип распределительной справедливости: чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.

•Укрепляйте у подчиненного чувство собственного достоинства. Хорошо выполненная работа заслуживает не только материального, но и морального поощрения. Не ленитесь лишний раз похвалить сотрудника.

•Защищайте своих подчиненных и будьте им преданными.

•Выбирайте правильную форму распоряжения, учитывая прежде всего два фактора:

1) ситуацию, наличие времени для нюансов,

2) личность подчиненного — кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник или человек, которого нужно подталкивать на

каждом шагу. В зависимости от этого следует выбирать и этически наиболее приемлемые нормы поведения и формы распоряжения.

Формами распоряжения могут быть: приказ, просьба, вопрос.

Приказ чаще всего следует использовать в чрезвычайной ситуации, а также в отношении недобросовестных сотрудников.

Просьба используется в том случае, если ситуация рядовая, а отношение между руководителем и подчиненным основано на доверии и доброжелательности. Такая форма позволяет сотруднику высказать свое мнение на проблему в том случае, если она по каким-либо причинам не может быть решена. А если соответствующим образом произнести фразу, то у сотрудника не возникнет никакого сомнения, что это приказ.

Вопрос лучше применять в тех случаях, когда вы хотите вызвать обсуждение, как лучше сделать работу или подтолкнуть сотрудника к тому, чтобы он взял инициативу на себя. «Есть ли смысл заняться этим?», «Как мы должны это сделать?» При этом сотрудники должны быть инициативными и достаточно квалифицированными. В противном случае некоторые могут воспринять ваш вопрос как проявление слабости и некомпетентности.

Правила делового общения «снизу-вверх»

•Старайтесь помогать руководителю в создании в коллективе доброжелательной нравственной атмосферы, упрочении справедливых отношений. Помните, что ваш руководитель нуждается в этом в первую очередь.

•Не пытайтесь навязывать руководителю свою точку зрения или командовать им. Высказывайте ваши предложения или замечания тактично и вежливо. Вы не можете ему прямо что-то приказать, но можете сказать: «Как вы отнесетесь к тому, если бы...?» и т.д.

•Не разговаривайте с начальником категорическим тоном, не говорите всегда только «да» или только «нет». Вечно поддакивающий сотрудник надоедает и производит впечатление льстеца. Человек, который всегда говорит «нет», служит постоянным раздражителем.

•Будьте преданы и надежны, но не будьте подхалимом. Имейте свой характер и принципы. На человека, который не имеет устойчивого характера и твердых принципов, нельзя положиться, его поступки нельзя предвидеть.

•Не стоит обращаться за помощью, советом, предложением и т.д. «через голову», сразу к руководителю вашего руководителя, за исключением экстренных случаев. В противном случае ваше поведение может быть расценено как

неуважение или пренебрежение к мнению начальника или как сомнение в его компетентности. В любом случае ваш непосредственный руководитель в этом случае теряет авторитет и достоинство.

- Если вас наделили ответственностью, деликатно поднимите вопрос и о ваших правах. Помните, что ответственность не может быть реализована без соответствующей степени свободы действий.

Правила делового общения «по горизонтали»

- Попытайтесь достичь четкого разделения прав и ответственности в выполнении общей работы.

- Если круг ваших обязанностей пересекается с кругом обязанностей ваших коллег, это весьма опасная ситуация. Если управляющий не разграничивает ваши обязанности и ответственность от других, попытайтесь сделать это сами.

- Не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Не преувеличивайте свою значимость и деловых возможностей. Если они не оправдаются, вам будет неудобно, даже если на это были объективные причины.

- Не лезьте человеку в душу. На работе не принято спрашивать о личных делах, а тем более проблемах.

- Не старайтесь показаться лучше, умнее, интереснее, чем вы есть на самом деле. Рано или поздно все равно все выплывет наружу и встанет на свои места.

- Рассматривайте вашего коллегу как личность, которую следует уважать саму по себе, а не как средство для достижения ваших собственных целей.

Правила делового этикета

Существуют общие правила поведения, которые надлежит соблюдать всем деловым людям.

- 1. Пунктуальность.** Следует всегда приходить вовремя и ценить чужое время. Тем, кто часто опаздывает, не нужно рассчитывать на повышение по службе или уважительное отношение партнеров.

- 2. Грамотность.** Слова-паразиты, избыток вводных слов и запинания будут говорить не в вашу пользу. Правильный стиль речи необходимо соблюдать не только при личном общении, но и в переписке.

- 3. Уважение к собеседнику.** Основные правила этикета в деловом общении подразумевают максимально корректный разговор и способность проявить уважение к любому человеку. Ваш стиль поведения должен оставаться

безупречным, даже если ваши взгляды и взгляды вашего собеседника не совпадают.

4. Дресс-код. Стиль одежды – необходимый элемент для соблюдения норм. Правила поведения в коллективе диктуют выдерживать строгий стиль. Важны любые детали, начиная от одежды, заканчивая аксессуарами и обувью.

5. Организация рабочей зоны. На столе успешного человека никогда нет беспорядка. Правильно организованная зона позволит вам более эффективно решать трудовые задачи.

6. Соблюдайте профессиональную тайну. Основные правила этикета в деловом общении обязательно включают этот пункт. Практически любая организация имеет в распоряжении информацию, которую запрещено разглашать.

7. Не занимайтесь посторонними делами. Правила поведения успешного человека обязательно регламентируют рабочее время. Не нужно тратить его на решение личных вопросов, на переписку с друзьями или просмотр развлекательных ресурсов.

8. Корректно применяйте жесты. Максимум, что разрешает деловой этикет, правила поведения, общения и применения жестов – рукопожатие. Важно соблюдать личное пространство собеседника. Также следите за мимикой, поскольку она должна соответствовать тому, что вы говорите.



Рис. 7.1. Деловой этикет: правила знакомства

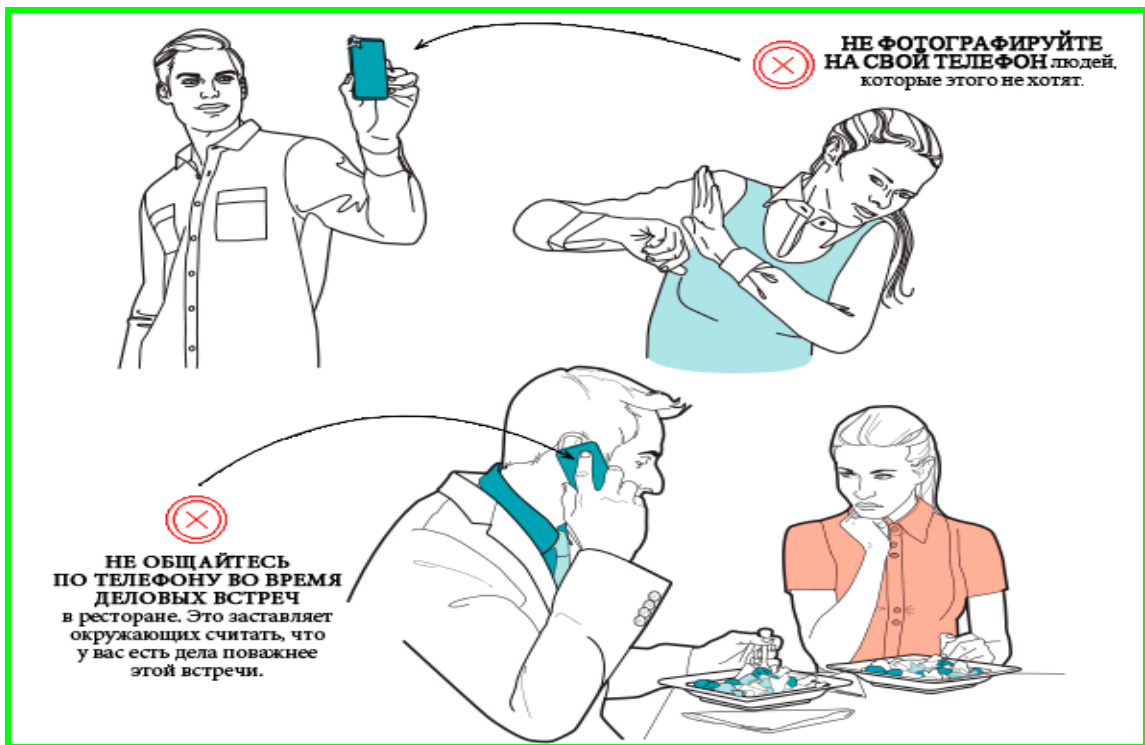


Рис. 7.2. Деловой этике: использование телефона

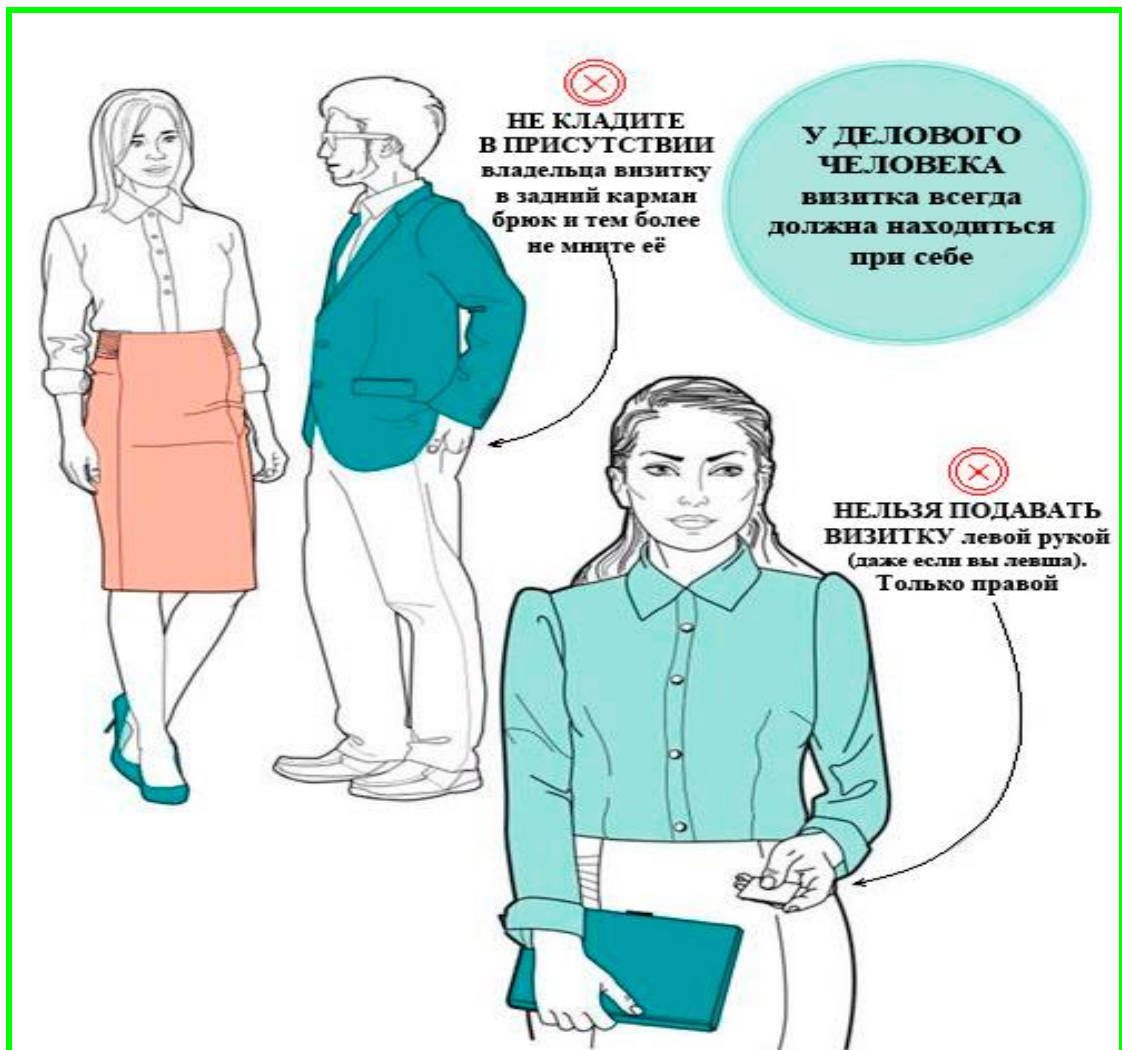


Рис. 7.3. Деловой этикет: визитка

Этикет электронного письма

Деловое общение по электронной почте является неотъемлемой частью жизни любого современного человека: мы пишем коллегам по работе, руководству, людям, которые с нами знакомы, и тем, кто нас еще не знает. Что собой представляет деловая этика в электронной переписке?

Каждое письмо – это наша визитная карточка и отражение деловой позиции. Знание основных правил хорошего тона и следование им в ежедневной переписке – важнейшее условие успеха.

Рекомендации по ведению электронной переписки

1. Грамотно и четко оформленное поле «Тема». Указание темы экономит время адресата, позволяя ему сразу оценить содержание получаемого письма и оперативно принять решение о его приоритетности при прочтении.

2. Приветствие и персональное обращение к адресату/адресатам. Создает доверие и придает письму персональную направленность. Игнорирование имени адресата воспринимается как некорректность.

3. Точность адресации. Правильное заполнение полей «Кому», «Копия», «Скрытая копия» – важнейший инструмент оперативности и этичности общения.

Чтобы не допускать ошибок в работе с этими полями, необходимо знать их назначение, общепринятое в современной деловой среде:

- если ваше имя стоит в поле прямого адресата («Кому») – это означает, что от вас отправитель письма ждет ответ на свой вопрос;

- если в этом поле помещены несколько адресатов, то это означает, что отправитель письма ждет ответа от каждого или от любого из адресатов;

- если ваше имя помещено в поле «Копия», это означает, что отправитель хочет, чтобы вы были в курсе вопроса, при этом ответа от вас он не ждет.

Вступать в предмет переписки, если ваше имя находится в поле «Копия», не следует. Если вы все-таки решите вступить в переписку, то признаком хорошего тона будет начать письмо одной из фраз: «Позвольте мне присоединиться к обсуждению данного вопроса...», «Извините, что вмешиваюсь...», «Позвольте высказать свое мнение...».

Особое внимание в аспекте этичности принадлежит полю «Скрытая копия». Это наиболее «уязвимый» с точки зрения деловой этики инструмент электронного письма, т.к. это поле обычно воспринимается как инструмент тайного контроля и информирования. Адресаты, помещенные в «Скрытую копию», не видны другим адресатам.

Есть организации, в которых к полю «Скрытая копия» относятся более спокойно, придерживаясь следующих универсальных правил:

- в поле «Скрытая копия» помещаются адресаты (скрытые адресаты), которые должны быть в курсе переписки, но их информированность не должна быть очевидной для прямых адресатов;

- отправка письма с заполненным полем «Скрытая копия» предполагает предварительную договоренность или последующую информированность автора письма и скрытых адресатов о причине и целях такой формы информированности;

- скрытому адресату не следует вступать в предмет переписки из поля «Скрытая копия».

4. Оперативность ответа. Время ответа на письмо – это один из показателей вашей позиции по отношению к деловым интересам партнеров и клиентов. Приемлемым считается время ответа/реакции на письмо в пределах двух–трех часов. Если, получив письмо и прочтя его, вы понимаете, что не можете дать на него ответ в течение суток, то правилом хорошего тона будет отправка адресату информации о том, что вы получили его письмо и ответите на него: «Письмо получил. Отвечу сегодня в течение дня» или «Письмо получил. Для ответа нужна дополнительная информация. Постараюсь ответить не позднее ...».

5. Корректная работа с информацией (объем, язык, структура, формат). Характер и особенность подачи информации в тексте письма – это тоже инструмент и показатель вашей способности и желания вести переписку максимально корректно и уважительно по отношению к вашему адресату:

- максимально комфортен при прочтении объем письма, укладываемый «в один экран», максимум – в объем текста одного листа формата А-4;

- объем пересылаемых вложений не должен превышать 3 МГб (более объемные файлы могут создать проблемы, т.к. могут не пройти через почтовый сервер адресата);

- пересылаемые файлы лучше «упаковывать» в универсальные кодировки: Zip или rar (другие расширения могут блокироваться или отрезаться при пересылке и создавать проблемы для адресата);

- отвечая на письмо адресата, текст своего ответа следует помещать вверху (в начале) письма, а не внизу (это избавляет адресата от необходимости «прокручивать» предыдущий текст переписки в поисках написанного вами ответа);

- не следует начинать ответ на письмо адресата как новое письмо (без сохранения истории переписки). Такой ответ будет вынуждать получающего адресата тратить время на поиски первоначального сообщения;

- необходимо писать языком, максимально понятным адресату. В каждом конкретном случае решается вопрос целесообразности использования профессиональной, внутрикорпоративной лексики, сленга, сокращений и англицизмов (заимствование из английского языка в каком-либо другом языке).

Если употребление сленга и сокращений повышает скорость и эффективность переписки, то применение сленга допустимо и этично. Так, внутренняя переписка внутри организации почти всегда изобилует сленгом: он привычен и понятен всем участникам переписки и позволяет экономить время. А вот в переписке с внешними деловыми партнерами/клиентами – это вопрос, требующий осторожности.

6. Наличие подписи и контактной информации. Это необходимый атрибут, которым должно заканчиваться каждое ваше письмо.

В блок подписи необходимо помещать:

1. Ваше имя и фамилию. Это делает переписку персонифицированной, что влияет на эффективность и психологический комфорт общения. В подписи не следует использовать сокращений. Вместо Т.Л. Воротынцева в своей подписи я напишу Тамара Леонидовна Воротынцева (или Тамара Воротынцева), чтобы адресату было понятно, как обратиться ко мне в ответном письме.

2. Указание вашей должности. Этим вы даете адресату понять границы ваших полномочий и профессиональной компетентности в решении вопросов.

3. Контактные координаты (телефон, электронный адрес, название и адрес компании, ее сайт). Этим вы обеспечите для адресата возможность дополнительной оперативной связи в случае ее необходимости.

Проблемы межкультурного диалога в деловой коммуникации.

Межкультурная коммуникация – это совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам.

Наше восприятие других людей и интерпретация их поведения во многом зависит от наших культурных особенностей, от того, какие правила и традиции приняты в нашей семье, нашем обществе, стране.

Межкультурная компетентность – интегративная характеристика, представляющая собой способность осуществлять эффективную коммуникацию в межкультурном контексте.

Типология организационных культур Герта Хофстеде

Герт Хофстеде – нидерландский социолог. Он работал в 1980 годах в известной транснациональной корпорации IBM. Он обнаружил, что в разных странах, где есть офисы этой компании общение с клиентами не всегда проходило гладко, хотя сотрудники соблюдали все правила этики общения и корпоративной культуры, разработанные в этой фирме. Его наблюдения стали началом масштабного мирового исследования культур различных стран (опрошено 116 тысяч служащих в 40 странах).

На основании своего исследования Герт Хофстеде разработал типологию организационных культур.

Для изучения национальной культуры как базового фактора организационного поведения Хофстед предложил использовать следующие **параметры**, представляющие собой совокупность таких характеристик поведения:

- индивидуализм — коллективизм;
- дистанция власти (степень участия в принятии решений, касающихся всех);
- приемлемость неопределенности;
- мужественность — женственность (маскулинность — феминность);
- временной горизонт ориентации на будущее (короткий — длинный).

Параметр «индивидуализм — коллективизм» характеризует степень, с которой граждане данной страны или сотрудники организации предпочитают действовать самостоятельно, а не как члены той или иной группы.

Таблица 7.1. Сравнение по параметру «индивидуализм — коллективизм»

Страны с высокими значениями коллективизма	Страны с высокими значениями индивидуализма
Приоритет подготовки работника со стороны компании (тренинг, физическое состояние и т.д.)	Приоритет личной жизни работника (по затратам свободного времени)
Эмоциональная зависимость от компании	Эмоциональная независимость от компании
Стремление работать в крупных компаниях	Стремление работать в небольших компаниях

Преобладают моральные обязательства в отношениях с компанией	Преобладает трезвый расчет в отношениях с компанией
Не одобряется инициатива работников или групповая активность	Стимулирование инициативы работников или групповой активности
Групповые решения более привлекательны, чем индивидуальные	Индивидуальные решения более привлекательны, чем групповые
Более длительный период ученичества (время до повышения в должности)	Менее длительный период ученичества (время до повышения должности)

Дистанция власти — признаваемая или допустимая степень неравенства между людьми с точки зрения влияния на принимаемые решения. Это фактическая доступность руководства для подчиненных, степень подчеркивания своего статуса.

Таблица 7.2. Сравнение по параметру «дистанция власти»

Страны с меньшей дистанцией власти	Страны с большей дистанцией власти
Родители придают меньшее значение послушанию детей	Родители придают большее значение послушанию детей
Менеджеры склонны при принятии решений советоваться с подчиненными	Менеджеры принимают решения на автократичной и патерналистской основе
Постоянный надзор и контроль оценивается подчиненными негативно	Постоянный надзор и контроль оценивается подчиненными позитивно
Менеджерам больше нравится начальник, непосредственно участвующий в делах	Менеджерам больше нравится директивный и мотивирующий начальник
Подчиненные предпочитают, чтобы менеджеры принимали решения путем консультации или компромисса	Подчиненные предпочитают, чтобы менеджеры принимали авторитарно или по большинству голосов
Работники в меньшей степени боятся выражать несогласие с начальством	Работники боятся выразить несогласие с начальством
У студентов слова «власть» и	У студентов слова «власть» и

«богатство» вызывают чаще позитивную реакцию	«богатство» вызывают чаще негативную реакцию
Участие подчиненных в управлении рассматривается негативно	Позитивная установка на участие подчиненных в процессе управления

Восприятие неопределенности. Стремление избегать неопределенности — степень, с которой люди предпочитают действовать самостоятельно, заботясь о себе и своих близких. Речь идет о неопределенности будущего во всех значимых для повседневной жизни аспектах, причем не столько отдаленного, сколько ближайшего завтра (дней, недель, месяцев). В странах с разной культурой люди склонны и неопределенность воспринимать по-своему: в полярных случаях либо как совершенно нежелательное явление, либо почти нейтрально, как неустойчивость погоды.

Таблица 7.3. Сравнение по параметру «отношение к неопределенности»

Страны, принимающие неопределенность	Страны, отвергающие неопределенность
Пониженный уровень тревоги населения	Повышенный уровень тревоги населения
Большая готовность жить сегодняшним днем	Большая забота о будущем
Меньший уровень связанных с работой стрессов	Высокий уровень связанных с работой стрессов
Готовность к переменам	Сопротивление переменам
Надежда на успех	Боязнь поражения
Большая склонность к риску	Меньшая склонность к риску
Конфликт в организации - нормальное явление	Конфликт в организации нежелателен

Сравнение по шкале «мужественность — женственность». Общества с жестким традиционным разделением и закреплением социальных ролей и

трудовых функций между мужчинами и женщинами Г. Хофстеде назвал маскулинными, а общества со слабым разделением ролей — фемининными.

Таблица 7.4. Сравнение по параметру «мужественность-женственность»

Феминность	Маскулинность
Мужчины и женщины должны быть благонаправны и заботливы	Мужчины должны быть настойчивы и амбициозны, женщины тоже могут быть таковыми
Между семьей и работой имеется равновесие	Работа превыше семьи
Симпатия к слабым	Восхищение сильными
Как девочки так и мальчики могут плакать, но никому нельзя драться	Девочкам можно плакать, мальчики не плачут, мальчики должны давать сдачи, девочки – не должны
Количество детей в семье определяет мать	Размер семьи определяет отец
На выборных должностях и в политике много женщин	На выборных должностях и в политике мало женщин, или они отсутствуют

Тема 8. Имидж медицинского работника

Имидж – это искусство управлять впечатлением (Э. Гоффманн).

Это форма жизнепроявления человека, с помощью которой на люди выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики (В.М. Шепель).

Это эмоционально-окрашенный публичный образ кого-либо, принимающий форму стереотипа (Е.В. Змановская).

Это оценка морально-личностных, интеллектуальных, профессиональных качеств окружающими людьми, умение держаться в деловой и неофициальной обстановке (А. Пелих, Т. Кизилова).

Особенности имиджа:

- формируется в процессе взаимодействия людей;
- требует специальных усилий со стороны носителя;
- имеет символическую форму;
- переменный;
- имеет характер стереотипа;
- включает ограниченное количество компонентов;
- эмоционально окрашенный;
- прагматичный.

Таблица 8.1. Имидж как социальный стереотип

Имидж как социальный стереотип	
Достоинства	Недостатки
<ul style="list-style-type: none">• ускоряет восприятие;• приобретает форму полезного знания;• ориентирует в социальных ценностях	<ul style="list-style-type: none">• сужает восприятие;• формирует неточное или ложное мнение



Рис. 8.1. Устойчивые стереотипы

Виды имиджа

1. Личный

- *имидж конкретного человека*

2. Товарный

- *имидж товара, услуги*

3. Групповой

- *организационный, корпоративный, национальный имидж.*

Таблица 8.2. Виды имиджа

Виды имиджа	
По направленности и цели	По характеру эмоционального воздействия
<ul style="list-style-type: none"> • публичный, • профессионально-деловой, • коммерческий, • артистический, • политический 	<ul style="list-style-type: none"> • позитивный (привлекательный), • негативный (отталкивающий)



Рис. 8.2. Структура имиджа по Шепелю В.М.

Структура имиджа по Змановской Е.В.

1. Внешний облик

- физические данные;
- костюм (одежда, обувь);
- манера поведения, жесты, взгляд, мимика;
- особенности голоса;
- запах.

2. Имиджевая символика

- личные символы (имя, цвет);
- личная атрибутика;
- социальные символы (деньги, марка машины).

3. Социально-ролевые характеристики

- репутация, амплуа (разыгрываемая социальная роль);
- миссия (полезность для общества)

4. Индивидуально-личностные свойства

- профессионально-важные качества;
- стиль взаимоотношения с людьми;
- пропагандируемые идеи и базовые ценности

Глубинные характеристики имиджа

Глубинные составляющие имиджа носят эмоционально-образный характер и с трудом поддаются словесному описанию.

Имаго — это бессознательный прообраз, избирательно направляющий восприятие одним субъектом другого (*Карл Юнг*).

К глубинным характеристикам имиджа относятся

- **Близость:** доступность образа, его способность вызывать ощущение «свой».
- **Экспрессивность:** пылкость, динамичность, эмоциональность, яркость образа.
- **Сексуальность** (эротичность): чувственность образа, способность притягивать и стимулировать возбуждение.
- **Доминантность:** властность, сила образа, его способность вызывать желание подчиняться и следовать за прототипом.
- **Агрессивность:** разрушительный потенциал, способность имиджа вызывать страх или провоцировать гнев.
- **Архетипичность:** отражение в образе древнейших представлений и импульсов.
- **Эталонность:** воплощение в имидже родительских предписаний, доминирующих социальных ценностей и установок, способность вызывать ощущение «хороший».

Имидж, наполненный энергией нескольких из перечисленных свойств, обретает харизму.

Харизматический имидж — это образ, притягивающий к себе окружающих людей благодаря огромной внутренней энергии и содержательной мощи. Харизматический имидж вызывает сильные иррациональные переживания людей, сравнимые со священным трепетом. На осознаваемом уровне это проявляется как: восторг, уважение, страстная приверженность, страх или прилив энергии.

Что делает харизматическая личность?

- Привлекает внимание.
- Вызывает сильные чувства.
- Удовлетворяет явные и скрытые потребности людей.
- Предлагает идеи.
- Убеждает.

- Демонстрирует уверенность.
- Ведет за собой.

Современный исследователь харизмы Н. Энкельман дает следующее красочное определение: «Харизматическая личность наделена властью — она оказывает мощнейшее влияние на мысли, чувства и действия других людей. Харизматические личности прочно стоят на земле, у них уверенная походка, открытый дружелюбный взгляд, крепкое рукопожатие, глубокий и полновзвучный голос».

Имидж медицинского работника

Габитарный имидж – внешний облик



Кинетический имидж – невербальная коммуникация



Коммуникативный имидж



Ментальный имидж – внутренний мир, этические установки



Средовой имидж



Рис. 8.3. Имидж медицинского работника

Эффективный имидж

- это управляемый имидж;
- это имидж, позволяющий более успешно решать социальные и профессиональные задачи;
- это позитивный имидж;
- это тот имидж, в котором человек себя чувствует наиболее комфортно.



Рис. 8.4. Позитивный имидж

Контрольные задания

1. Список вопросов для проведения письменного и устного опроса

1. Охарактеризуйте вербальные и невербальные средства общения.
2. Что изучают такесика, проксемика, кинесика?
3. Охарактеризуйте дистанции в общении.
4. Каково значение жестов во взаимодействии собеседников?
5. Какие коммуникативные потребности лежат в основе общения?
6. Охарактеризуйте факторы эффективного общения.
7. Какие вы знаете механизмы перцепции, помогающие понимать других?
8. Какие вы знаете механизмы перцепции, мешающие взаимопониманию?
9. Что такое условные и реальные группы?
10. Приведите примеры стихийных групп?
11. К какому виду групп относится ваш рабочий, учебный коллектив?
12. Каковы функции группы?
13. Чем группа отличается от команды?
14. Опишите признаки и особенности делового общения.
15. Опишите правила деловой электронной переписки.
16. Охарактеризуйте основные правила делового этикета.
17. Что такое «лидерство»? В чем различия между лидером и руководителем?
18. Какие особенности культуры в нашей стране вы можете отметить согласно типологии Г. Хофстеде?
19. Охарактеризуйте структуру имиджа?
20. Какие особенности относятся к глубинным характеристикам имиджа?

Критерии оценки по устному и письменному опросу:

- 5 (отлично) - студент показывает глубокие знания по освещаемому вопросу, владение основными понятиями, терминологией; владеет конкретными знаниями по данной теме дисциплины. Ответ полный, доказательный, четкий, грамотный, иллюстрирован примерами.
- 4 (хорошо) - студент показывает глубокое и полное усвоение содержания материала, умение правильно и доказательно излагать ответ по заданному вопросу, допускает отдельные незначительные неточности в формулировке понятий, определений. Не всегда может привести примеры.
- 3 (удовлетворительно) - студент понимает основное содержание вопроса, своими словами объясняет практическое применение полученных знаний.

Вместе с тем, допускает отдельные ошибки, неточности в содержании и оформлении ответа; ответ недостаточно последователен, доказателен и грамотен.

- 2 (неудовлетворительно) - студент имеет существенные пробелы в знаниях по изученным вопросам, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе. Ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки.

2. Темы рефератов по теме «Имидж медицинского работника»

1. Имидж: его функции и типология.
2. Имидж и внешний вид медицинского работника.
3. Мода в профессиональной медицинской деятельности.
4. Особенности корпоративного имиджа в различных медицинских организациях.
5. Имидж и стиль речи медицинского работника.
6. Вредные привычки и имидж медицинского работника.
7. Имидж медицинского работника и его профессиональное становление.
8. Требования профессии к личности фельдшера.
9. Имидж медицинского работника и его эрудиция.
10. Имидж медицинских работников в разные исторические эпохи.
11. Имидж деловой женщины.
12. Имидж делового мужчины.
13. Использование интернет-технология для формирования имиджа.
14. Роль имиджа в построении карьеры.

Глоссарий по курсу

Адаптация – процесс приспособления человека к изменившимся условиям существования.

Адаптация социальная – интегративный показатель состояния человека, отражающий его возможности выполнять определенные биосоциальные функции: адекватное восприятие окружающей действительности и собственного организма; адекватная система отношений и общения с окружающими; способность к труду, обучению, к организации досуга и отдыха; способность к самообслуживанию и взаимобслуживанию в семье и коллективе, изменчивость (адаптивность) поведения в соответствии с ролевыми ожиданиями других.

Антипатия – устойчивое отрицательное эмоциональное отношение индивида к другому человеку (социальной группе); проявляется в неприязни, недоброжелательности.

Апперцепция – это зависимость восприятия от общего содержания психической жизни человека, его жизненного опыта.

Ассертивность - умение четко выражать свои права и эмоции, отвечать за свои поступки.

Аффилиация (от англ. affiliation - присоединять, присоединяться) — эмоциональная связь человека с другими людьми, характеризующаяся взаимным принятием и расположением.

Беседа - метод получения информации на основе вербальной коммуникации

Гнев – отрицательное переживание, часто протекающее в форме аффекта, представляющее собой реакцию на неожиданно возникшие препятствия на пути к достижению желаемой цели.

Групповые нормы – правила регуляции поведения членов группы, выработанные в результате совместной групповой деятельности и общения.

Деловое общение – это особая форма взаимодействия людей в процессе определенного вида трудовой деятельности, которая содействует установлению нормальной морально-психологической атмосферы труда и отношений партнерства между руководителями и подчиненными, между коллегами, создает условия для продуктивного сотрудничества людей в достижении значимых целей, обеспечивая успех общего дела.

Имидж – это искусство управлять впечатлением, форма жизнепроявления человека, с помощью которой на люди выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики.

Коллектив – высокоразвитая, устойчивая во времени группа взаимодействующих людей, объединенных целями совместной общественно-полезной деятельности, отличающаяся высоким уровнем взаимопонимания друг

друга, а также сложной динамикой формальных и неформальных взаимоотношений между членами группы.

Команда – это разновидность коллектива, для которой характерно повышенное единство, особо тесное сотрудничество и координация, частая совместная работа.

Коммуникативный барьер – это препятствие, возникающие на пути передачи информации между партнерами по общению и приводящее к разрушению взаимопонимания.

Компетентность - психическое состояние, позволяющее действовать самостоятельно и ответственно.

Компромисс – стратегия поведения субъектов в конфликте, ориентированная на определенные взаимные уступки.

Конкуренция – это такой вид взаимодействия, в котором каждый участник преследует только свои личные цели и интересы.

Конфликт – наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающих в процессе взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и обычно сопровождающийся отрицательными эмоциями. Это столкновение противоположно направленных целей, сторон, мнений, сил, интересов, позиций и взглядов субъектов взаимодействия.

Конфликтная ситуация – накопившиеся противоречия, связанные с деятельностью субъектов социального взаимодействия и объективно создающие почву для реального противоборства между этими субъектами.

Конфликтность – это свойство личности, которое отражает частоту ее вступления в межличностные конфликты.

Конфликтогенность – психологическая особенность и нравственное свойство человека, выражающее его склонность к ссорам, склокам, стремление провоцировать конфликты между людьми.

Конформизм – приспособленчество, пассивное принятие чужой точки зрения, зависимость от мнения лидера или большинства, неоправданная уступка в конфликте.

Кооперация - одна из основных форм межличностного взаимодействия, характеризующаяся объединением усилий участников для достижения совместной цели.

Лидер – член группы, оказывающий существенное влияние на сознание и поведение остальных членов группы в силу своего личного авторитета (неформальный лидер) или занимаемой должности (формальный лидер).

Медиация – переговорный процесс по разрешению конфликта с участием посредника – медиатора.

Межкультурная коммуникация – это совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам.

Межкультурная компетентность – интегративная характеристика, представляющая собой способность осуществлять эффективную коммуникацию в межкультурном контексте.

Обратная связь - это информация, содержащая реакцию реципиента на поведение коммуникатора.

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

Паралингвистика – дисциплина, которая изучает передачу информации с помощью паралингвистических компонентов речи: тональности, тембра голоса, громкости и быстроты речи, паузы, покашливания, смеха и т.д.

Переговоры – механизм разрешения (урегулирования) конфликтов путем диалога, совместная деятельность оппонентов по поиску взаимоприемлемого решения. Переговоры часто проводятся с участием третьей стороны.

Перцепция в процессе общения – это процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению, установление на этой основе взаимопонимания.

Прогнозирование конфликта – обоснованное предположение о возможности возникновения и развития конфликта. Прогнозирование конфликтов – это наиболее эффективный способ деятельности по предупреждению конфликтов.

Психологический климат – преобладающий и относительно устойчивый психический настрой коллектива.

Публичное выступление - это процесс презентации и открытого выражения вашего мнения, мыслей, идей и чувств в интересах общественности. Оно адресовано публике и требует демонстрации лидерских способностей.

Разрешение конфликта – процесс нахождения взаимоприемлемого для оппонентов решения конфликтной ситуации.

Рефлексивное слушание — слушание, при котором собеседник старается добиться большой точности и полноты понимания того, что ему говорит партнер. Состоит из восприятия, осмысления и понимания.

Соперничество – стратегия поведения в конфликте, состоящая в ориентации на свои интересы и стремлении одержать победу над оппонентом.

Сотрудничество – стратегия поведения в конфликте, характеризующаяся стремлением противоборствующих сторон совместными усилиями разрешить возникшую проблему с учетом интересов обеих сторон.

Социализация – процесс усвоения индивидом социального опыта. В процессе социализации человек приобретает убеждения, общественно одобряемые формы поведения, необходимые ему для нормальной жизни в обществе.

Социальная группа – это ограниченная размером общность людей, выделяемая из социального целого по определенным признакам: характеру деятельности, социальной структуре, композиции, уровню развития и пр.

Статус социальный – общее положение личности или социальной группы в обществе, определяемое совокупностью прав и обязанностей.

Страх - отрицательное эмоциональное переживание, связанное с прогнозом вероятного неблагоприятия.

Стресс — состояние психического напряжения, возникающее у человека в процессе *деятельности* в наиболее сложных, трудных условиях, как в повседневной жизни, так и при особых обстоятельствах, например, во время космического полета, при подготовке к выпускному экзамену или перед началом спортивных соревнований.

Стыд - состояние, вызванное осознанием своего несоответствия мнению окружающих и/или собственным принципам.

Такесика - раздел невербального общения, который изучает передачу информации с помощью физических контактов.

Толерантность – терпимость к чужому образу жизни, мнению, поведению, ценностям и т. д.

Управление конфликтом – целенаправленное, обусловленное объективными законами воздействие на динамику конфликта в интересах развития или разрушения той социальной системы, к которой имеет отношение данный конфликт.

Уход от конфликта – стратегия поведения в конфликте, которая характеризуется стремлением уйти от конфликта не уступая, но и не настаивая на своем. Это стратегия избегания конфликтного взаимодействия путем игнорирования возникших противоречий.

Фрустрация- психологическое состояние переживания неудачи, возникающее при наличии реальных или мнимых непреодолимых препятствий на пути к некоторой цели.

Эмпатия – постижение эмоционального состояния, проникновение в переживания другого человека.