**1 Пояснительная записка**

Деловые коммуникации являются необходимым процессом управления организацией, пронизывают всю профессиональную деятельность, способствуют оптимизации эффективного принятия решений, профилактики конфликтов, созданию благоприятного психологического климата в коллективе. В современных условиях внимание к проблеме культуры общения будущего профессионала постоянно повышается.

Цель изучения дисциплины – овладеть умениями эффективного коммуникативного воздействия и взаимодействия с целью формирования успешной коммуникативной личности, способной к продуктивному общению в любых профессиональных и социально – значимых ситуациях.

Задачи дисциплины:

* выработать умение использовать риторические приемы в коммуникационной практике;
* владеть средствами убеждения;
* научить пользоваться ресурсами вербальных и невербальных средств общения.

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен

Знать:

- основные риторические и коммуникативные приемы;

Уметь:

* уметь использовать риторические приемы в коммуникационной практике;
* логически верно, аргументировано и ясно строить устную речь;
* эффективно владеть вербальными и невербальными средствами общения;
* применять в речевой практике основные приемы выбора темы, сбора и систематизации материала;
* создавать собственные выступления.

Владеть:

* культурой мышления;
* культурой поведения;
* языковыми нормами коммуникативными стратегиями и тактиками;
* навыками публичного выступления.

**2 Требования, предъявляемые к написанию контрольных работ**

Методические указания и контрольные задания разработаны для студентов заочной формы обучения.

В рамках изучения данной дисциплины предусматривается:

- чтение лекций, в которых определяются базовые положения темы, освещается степень разработанности и существующие проблемы их изучения, раскрываются способы научного анализа исследуемых феноменов;

- самостоятельное изучение тем, которые предполагают конкретизацию и углубленную проработку лекционного материала, акцентирование практической направленности полученных знаний, освоение и закрепление изучаемых вопросов посредством решения как теоретических, так и практических задач. А также проведения контрольных работ для оценки качества освоения дисциплины.

Данное методическое руководство к написанию контрольных работ ставит своей задачей помочь студентам овладеть базовыми знаниями, умениями и навыками в рамках изучаемой дисциплины «Коммуникативный практикум». Тематика контрольных работ в настоящем руководстве составлена таким образом, что охватывает главные аспекты изучаемой дисциплины.

При подготовке и выполнению контрольных работ первым и наиболее важным шагом является внимательное изучение тех вопросов, которые затрагиваются в рассматриваемой теме. Поэтому для успешного выполнения контрольного и домашнего задания необходимо, прежде всего, хорошо понять формулировку темы, а затем обратиться к рекомендуемой основной и дополнительной литературе для последующего изучения в рамках самостоятельной работы студента.

Контрольная работа оценивается в соответствие с полнотой систематизации важного теоретического материала, проверке определенных теоретических концепций и гипотез. Поверхностное изложение вопроса рассматривается как недостаток работы.

 Полученный материал, может быть, использован в учебном процессе, а также в научно-исследовательской работе.

 Завершается подготовка контрольной работы или реферата защитой, которая производится в присутствии учебной группы. Ему могут быть заданы вопросы, связанные с его работой, на которые требуется дать аргументированные ответы.

Данные методические указания по оформлению и выполнению контрольных заданий ставят своей задачей помочь студентам овладеть базовыми знаниями, умениями и навыками в рамках изучаемой дисциплины «Коммуникативный практикум».

Контрольное задание выполняется с целью текущей проверки самостоятельной работы студента заочной формы обучения и для координации его работы над учебным материалом в межсессионный период.

Вариант контрольных заданий выдает преподаватель.

К выполнению контрольного задания можно приступить только тогда, когда усвоен весь учебный материал дисциплины.

Контрольное задание выполняется строго в соответствии с вариантом. В противном случае оно не засчитывается и возвращается для переработки в соответствии с данными требованиями.

При выполнении контрольного задания должны использоваться компьютерные технологии.

**Требования к оформлению контрольного задания**

1. Объем контрольного задания должен содержать 10-14 листов текста.
2. Контрольное задание должно быть выполнено на белой бумаге формата А4 по ГОСТ 2.301 (210х297 мм) с одной стороны листа.
3. Поля: левое – не менее 20 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 20 мм, нижнее – не менее 20 мм.
4. Отступ красной строки: 1,25 см (5 знаков).
5. Междустрочный интервал: 1 см (одинарный).
6. Шрифт Times New Roman.
7. Размер шриф­та – 14.
8. Выравнивание по ширине, цвет - черный.
9. Нумерация страниц: правый нижний край, начиная со 3-й страницы. Все страницы должны иметь сквозную нумерацию. Номер страницы проставляется арабскими цифрами.
10. Для замечаний и поправок преподавателя следует оставить не менее одной страницы в конце для рецензии.
11. Произвольное сокращение слов не допускается. Прямое цитирование «берется» в кавычки, далее в квадратных скобках идет ссылка на источник (номер источника в списке литературы) и указывается номер страницы. Ссылки на исследователей и авторов литературы отмечаются указанием в квадратных скобках номера источника, в которых раскрывается содержание материала.

Пример - [7].

1. Внутри пунктов или подпунктов могут быть приведены перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить дефис. Для дальнейшей детализации перечислений необходимо использовать арабские цифры, после которых точка не ставится, а запись производиться с абзацного отступа, как показано на примере.

Пример –

1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

- \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

3 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

1. Каждый пункт, подпункт и перечисления записывают с абзацного отступа.
2. Содержание, заголовки, подзаголовки, список использованных источников выделяют полужирным начертанием.
3. Заголовки и подзаголовки выполняются с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. В начале заголовка помещают номер соответствующего раздела, подраздела, пункта.
4. Содержание и Список использованных источников центруют относительно основного текста.
5. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.
6. Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно удвоенному межстрочному расстоянию; между заголовками раздела и подраздела – одному межстрочному расстоянию.
7. При составлении списка использованных источников необходимо следовать общим правилам. Все источники располагаются в списке в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора, при отсутствии автора – по первой букве названия книги, статьи.
8. Контрольная работа оценивается по следующим показателям:
	* полнота и систематизация изложенного теоретического материала;
	* эрудированности в рассматриваемой области;
	* использование известных результатов и научных фактов в работе;
	* полнота цитируемой литературы;
	* владение научным и специальным аппаратом;
	* грамотность и логичность изложения материала;
	* структура работы (введение, основная часть, вывод, приложения, список использованных источников).

**Структура работы**

1. Титульный лист.
2. Содержание с указанием нумерации начальных страниц каждого раздела работы. Название раздела печатается заглавными буквами с указанием порядкового номера и названия рубрики (1 Название).
3. Введение (актуальность выбранной темы, анализ использованных источников, структура и цель работы).
4. Основная часть (делится на разделы, разделы - на подразделы).
5. Заключение (выводы, обобщающие результаты).
6. Список использованных источников должен включать не менее 4 источников.
7. Приложения (если есть).

На титульном листе должна содержаться следующая информация:

 На титульном листе должна содержаться следующая информация:

|  |
| --- |
| **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждениевысшего образования«Норильский государственный индустриальный институт»Политехнический колледж**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**по дисциплине«Коммуникативный практикум»Специальность Вариант работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Выполнил: студент заочного отделения группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись, фамилия, инициалы) Дата сдачи: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Проверил преподаватель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (подпись, фамилия, инициалы) Дата проверки: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Оценка: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021  |

**3 Тематический план**

|  |  |
| --- | --- |
| Номераразделови тем |  Наименование разделов и тем |
| **Тема 1** | Сущность коммуникации в разных социальных сферах |
| **Тема 2** | Понятие деловой этики |
| **Тема 3** | Речь в социальном взаимодействии |
| **Тема 4** | Специфика вербальной и невербальной коммуникации |
| **Тема 5** | Эффективное общение |
| **Тема 6**  | Логика, этика и эстетика публичного выступления |
| **Тема 7** | Основные коммуникативные барьеры и пути их преодоления в межличностном общении. Стили поведения в конфликтной ситуации |
| **Тема 8** | Способы психологической защиты |
| **Тема 9** | Моделирование ситуаций, связанных с различными аспектами учебы и жизнедеятельности студентов-инвалидов |
| **Тема 10** | Формы, методы, технологии самопрезентации |
| **Тема 11** | Конструирование цели жизни. Технология превращения мечты в цель |

**4 Содержание теоретического раздела дисциплины**

**Тема 1 Сущность коммуникации в разных социальных сферах (4)**

**Предмет теории коммуникации**

**Теория коммуникации** – сравнительно молодая область научного знания, которая стала обретать статус самостоятельной академи­ческой дисциплины в нашей стране лишь в последнее десятилетие.

Без преувеличения, коммуникацию можно считать необходимым и всеобщим условием жизнедеятель­ности человека и одной из фундаментальных основ существования общества.

**Общество** – не столько совокупность индивидов, сколь­ко те связи и отношения, в которых данные индивиды находятся Друг с другом. Во многом именно этим и объясняется столь при­стальный интерес к коммуникации со стороны представителей самых разных научных направлений, и, в первую очередь, общест­воведов. История общественной мысли свидетельствует, что фило­софы и социологи, политологи и культурологи, психологи и педа­гоги, лингвисты и журналисты всегда, в той или иной мере, обра­щались к проблемам человеческого общения. Однако каждый новый исследователь, столкнувшийся с ними, обнаруживал, что коммуникативная проблематика оказывается едва ли не самой запу­танной.

**Коммуникация** – обмен информацией между сложными динамическими систе­мами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать (А. Урсул).

**Законы и категории теории коммуникации**

**Конечная цель исследования коммуникации** – выявление и фор­мулирование ее законов. Специфика законов, формулируемых тео­рией коммуникации определяется ее предметом и ха­рактеризуется спецификой сложившихся информационных связей в природе и обществе.

Законы-условия гласят:

- всякая коммуникация представляет собой взаимодействие, ха­рактеризующееся обменом разного рода информацией, следова­тельно, должно быть не менее двух сторон - участников коммуникацион­ного взаимодействия (источник и приемник, оратор и слушатель);

- ядром иссле­дования коммуникации является изучение используемых в ее про­цессе знаков, а также правил, которым подчиняются как эти знаки, так и те, кто их использует.;

- «закон минимального основания»: для осуществления коммуни­кации необходимо наличие хотя бы одного общего для источника и прием­ника основания в виде системы знаков или правил приема и передачи;

- «закон гетерогенности коммуникативных систем» - коммуни­кация возможна лишь при несовпадении (неполном совпадении) информа­ционных потенциалов взаимодействующих систем.

Всякая тео­рия оперирует своим понятийным (категориальным) аппаратом. Теория коммуникации не исключение. У нее достаточно разрабо­танный категориальный аппарат, свидетельствующий о высокой степени развитости самой теории. Система категорий, которыми оперирует теория коммуникации, включает понятия, используе­мые на различных уровнях коммуникативного знания: чем выше уровень теоретического обобщения, тем более общие понятия он включает.

Подходы к разрешению этой проблемы:

Первый подход состоит в отождествлении двух понятий. Его придерживаются многие отечественные психо­логи и философы – Л.С. Выготский, В.Н. Курбатов, А.А. Леонтьев и др.

Второй подход связан с разделением понятий «коммуника­ция» и «общение». Такую точку зрения высказывает отечественный философ М.С. Каган. Он считает, что коммуни­кация и общение различаются по крайней мере в двух главных от­ношениях. Во-первых, «общение имеет и практический, материаль­ный, и духовный, информационный, и практически-духовный характер, тогда как коммуникация является чисто информацион­ным процессом». Во-вторых, они различаются по характеру самой связи вступающих во взаимо­действие систем.

Третий подход основан на понятии информационного обмена. К нему склоня­ются те, кто считает, что общение не исчерпывает все информаци­онные процессы в обществе.

**История развития коммуникации в социуме**

В исследованиях истории коммуникации можно выделить две взаимоисключающие точки зрения:

1) возникновение системы средств массовой коммуникации связывается с появлением современных средств (радио, кинематографа, телевидения), отрицается наличие спорадически возникающего процесса массовой коммуникации в общественных формациях;

2) предпосылки появления процесса массовой коммуникации и обеспечивающих его средств рассматриваются в связи с процессом становления и развития культуры человеческого общества.

Фазы развития информационного обмена в обществе:

* устная;
* письменная;
* книжная
* компьютерная.

Обратной стороной научного и технического прогресса является углубление пропасти между человеческим поведением и системой норм, сформировавшихся на моральной основе.

Человечество нуждается в универсальной этике, согласно принципам которой, войну можно было бы интерпретировать не как естественный инструмент биологического отбора, а как преступление против земной цивилизации. После изобретения атомной бомбы миф о пространственной экспансии определённой расы путем вытеснения более слабых представителей оказывается устаревшим, поскольку масштабы уничтожения людей в результате военных действий не ограничиваются микросферой, но охватывают все человечество. Аналогичным образом обстоят дела с прямым и побочным следствием индустриализации – загрязнением окружающей среды. Эти замечания достаточно объясняют актуальность этической проблемы. Человечество впервые в своей истории вынуждено брать на себя ответственность за последствия своих действий в планетарном масштабе. Групповая мораль, соотносимая лишь с нормами конкретной малой социальной группы и, как правило, укорененная в архаических традициях (например, каннибализм как норма в первобытном обществе), не в состоянии компенсировать нарушение культурного равновесия. Действующие же в настоящее время моральные нормы все еще сконцентрированы в интимной сфере.

**Понятие "общение", "коммуникация", "ре­чевая деятельность"**

Изучая коммуникацию, приходится оперировать понятиями "общение", "коммуникация" и "речевая деятельность", которые иногда взаимозаменяются, а слова, выражающие эти понятия, зачастую употребляются как синонимы, особенно "общение" и "коммуникация".

Слово "**общение"** часто используется не в строго терминологическом смысле и обозначает процесс обмена мыслями, информацией и даже эмоциональным переживанием собеседников. Социологи рассматривают общение прежде всего как социально обусловленный вид деятельности людей, лингвисты - как актуализацию коммуникативной функции языка в разнообразных речевых ситуациях. В качестве научного термина " общение" используется в психологии и обозначает процесс установления и развития контактов между людьми в условиях совместной деятельностис целью обмена информацией.

Термин "**коммуникация**'' (лат. communicatio "делаю общим, связываю") появляется в научной литературе в начале XX века.

В настоящее время он имеет, по крайней мере, три интерпретации - понимается как

- средство связи любых объектов материального и духовного мира,

- общение - передача) информации от человека к человеку,

- передача и обмен информацией в обществе с целью воздействия на него.

Термин **"речевая деятельность**" понимается также неоднозначно. В языкознании речевая деятельность рассматривается как один из аспектов языка, который выделяется наряду с речевой организацией и языковой системой. Это - "языковой материал, включающий сумму отдельных актов говорения и понимания". Выделяются такие виды речевой деятельности, как говорение, аудирование (слушание), чтение и письмо. Такое понимание речевой деятельности используется и в методике преподавания (иностранного) языка.

Общение – социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательно-трудовой и творческой деятельности, реализуемый главным образом при помощи вербальных средств коммуникации. Коммуникация - социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.).

Речевая деятельность – система мотивированных речевых действий людей в социально значимых ситуациях, обусловленных правилами и нормами речи, принятыми в обществе.

Коммуникация – это целенаправленное общение, реализуемое в конкретных ситуациях согласно нормам речевой деятельности.

**Основные этапы развития теории коммуникации**

**Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли**

Термин «коммуникация» был введен в научный оборот в начале ХХ века, а ранее проблема коммуникации рассматривалась исключительно как проблема человеческого общения.

Проблема коммуникации в античной культуре. В рамках традиционного мифологического мировоззрения, проблема отношений человека к человеку, человеческого общения не выделялась как самостоятельная. Обращение к проблеме человека, че­ловеческого бытия выводило на первый план вопросы межличност­ных отношений, которые стали предметом риторики и этики. Античная мысль сделала лишь первые шаги по пути осмысления человеческой коммуникации: уровень развития лич­ности и реальных отношений между людьми был еще недостаточно высок, чтобы данная проблема приобрела серьезное значение в об­щественном сознании. Главным сдерживающим фактором была «растворенность индивидуального существования в коллективнос­ти полисной общины» (М.С. Каган). Процесс «персонализации ин­дивида» в то время только начинался.

Коммуникативная проблематика в христианской и новоевро­пейской культуре. Огромный шаг на пути решения проблемы лич­ности и человеческих отношений был сделан с возникновением и распространением христианства. Христианство дало мощный им­пульс развитию самосознания личности.

Это было связано, *во-первых*, с признанием равенства всех людей перед Богом («нет ни эллина, ни иудея»), чего не было в античном сознании («люди и боги не равны, эллины и варвары не равны, хозяева и рабы не равны»).

*Во-вторых*, христианство провозгласило, что поведение каждого человека зависит от него самого, от его свобод­ного выбора, его индивидуальных душевных качеств, ибо Бог наде­лил человека свободой воли (согласно Августину, осознание несо­впадения человеческой воли с Божественной в конце концов и ведет к открытию Я как личности).

*В-третьих*, христианство оп­ределило особое место человека в тварном мире. Если античное со­знание рассматривало человека как частицу Космоса, подчиненную ему, живущую и действующую по его законам, то христианское ви­дение человека, созданного по «образу и подобию Божию», изна­чально ставило его над всем сущим, полагало его господином при­роды.

*В-четвертых*, христианство провозгласило важнейший принцип человеческих отношений – «возлюби ближнего как само­го себя».

Но христианство наложило и определенные ограничения на развитие человеческой индивидуальности и на характер человечес­ких взаимоотношений, поскольку, во-первых, отдавало приори­тет не индивидуальному, а «соборному» (церковному) существова­нию человека (этот приоритет был существенно подорван только в протестантизме); во-вторых, несмотря на провозглашенный христианством принцип всеобщей любви, общение людей на его основе оказывалось не столько целью, сколько средством, обеспе­чивающим возможность общения человека с Богом – «мысленно-молитвенного на земле» (М.С. Каган) и непосредственного на небе­сах. Таким образом, высшая ценность была признана за общением человека с Богом, а не с себе подобными, хотя это и несло в себе очень мощный нравственный заряд.

В области теории и практики ораторского искусства Средневе­ковье немного добавило к наследию античности. Труды теоретиков (Исидор Севильский, Юлий Руфиний, 1еоргий Херовоск и др.) в основном были связаны с систематизацией уже имеющихся зна­ний, упорядочением терминологии риторики и организацией текс­та. Однако, как и в античной риторике, они не предлагали рецеп­тов гарантированного практического эффекта. Тем не менее, авто­ритет ораторского искусства был еще очень высок: на смену анти­чной риторике, знавшей по преимуществу гражданское и судебное красноречие, приходит гомилетика – искусство произнесения проповеди, поддерживаемое неколебимым авторитетом церкви.

Начиная с Возрождения риторика теряет свою опору в гомиле­тике и ищет ее в практике художественной речи. Возрождение И особенно Новое время обогащают ее мощными течениями живой национальной речи, все более отходящей от мертвой латыни ста­рых учебников.

Возрождение и Новое время приносят новое, демистифицированное, понимание человеческого общения, основанное на гуманисти­ческом миросозерцании. В центре внимания новой, секуляризиро­ванной, «обмирщенной» культуры уже не Бог, а Человек. Эта куль­тура реабилитировала человека, придала подлинную ценность его земному, а не потустороннему бытию, очистила его бытие от рели­гиозного мистицизма. Вместе с тем она способствовала появлению рецидивов крайнего индивидуализма, свойственных эпохе станов­ления и развития буржуазных отношений, что нашло свое выраже­ние в знаменитой формуле Т. Гоббса «человек человеку – волк». Выражение это появилось намного ранее, еще во II в. до н.э., у римского писателя Плавта, но именно Гоббс в XVII в. сделал его достоянием европейской культуры. В эпоху Про­свещения умонастроения в интеллектуальной среде меняются – все более широкое признание завоевывает такое понимание сущности человека и человеческих отношений, которое основано на вере в природную доброту и разумность человека, в возможность созда­ния общества, в котором будут царить отношения «свободы, равен­ства и братства». Это время отмечено бурным развитием педагоги­ки, этики, эстетики, психологической науки, изучающей психоло­гические механизмы, управляющие взаимоотношениями человека с себе подобными, а не с Богом.

Что касается риторики, то ее популярность в век Просвещения постепенно убывала. К началу XIX в. в Западной Европе почти по­всеместно риторика перестает рассматриваться как наука и устра­няется из сферы образования. Упадок риторики был столь глубок, что она начинает восприниматься лишь как синоним красивой, на­пыщенной, но малосодержательной речи.

**Современные концепции коммуникации**

В современной коммуникативистике выделяется несколько кон­кретно-научных подходов к изучению коммуникации.

*Во-первых*, это различные подходы технократического и интеракционного характера.

*Во-вторых*, в рамках интеракционизма ученые разделились в решении вопроса о том, как объяснить коммуникацию – ссылками на индивидуальную осознанную деятельность или в качестве произ­водной от социальной структуры. Дебаты о коммуникации в подоб­ных терминах занимают одно из центральных мест в современной социологии, психологии и культурологии. В рамках именно этих наук складывались основные теоретико-методологические подхо­ды к коммуникации и предпринимались различные попытки при­мирить объективную структуру и субъективную волю.

Теория межкультурного содержания коммуникации («проксемия»), разрабатываемая американским антропологом Э. Холлом, дает воз­можность уяснить культурные значения коммуникативных дейст­вий и соответствующее их выполнение, эффективность которых основана на признании принадлежности коммуникантов к опреде­ленной культурной среде.

В теории «лица» (идентичности) в переговорах, предложенной С. Тинг-Туми, нашли отражение социокультурные аспекты комму­никации.

Интеракционный подход в социологии. Интеракционная со­циологическая методология играет важную роль в теоретическом исследовании коммуникации, поскольку коммуникация представля­ется социальным обменом и социальным взаимодействием.

**Социальное взаимодействие** – центральное понятие ряда соци­ологических теорий. В его основе лежит представление о том, что социальный актор (действующее лицо), индивид или общество всегда находятся в физическом или мысленном окружении других действующих лиц и ведет себя сообразно этой социальной ситуа­ции. Наиболее полную разработку проблема социального взаимо­действия получила в теориях социального обмена – направлении в со­циологии, рассматривающем обмен различными типами деятель­ности как фундаментальную основу общественных отношений, на которой вырастают различные структурные образования (власть, статус, престиж, конформизм и др.).

Теоретические основы концепций социального обмена восхо­дят к утилитаристской традиции

**Теории массовой коммуникации**

**Массовые коммуникации** рассматриваются как общение индивидов в пределах большого города, страны и даже мира в целом, когда они оказываются вырванными из привычных условий взаимодействия и действуют независимо от социальных ролей, опреде­ляемых их положением в обществе. Активно изучаются социальные функции массовой коммуникации.

Существующие концепции места и роли массовой коммуника­ции в обществе многообразны.

**Теории волшебной пули** и подкожных инъекций, открывают историю исследования массовой коммуникации. Согласно этим теориям, те, кто управляет средства­ми информации, управляет обществом, поскольку средства инфор­мации имеют прямое, непосредственное и мощное воздействие на тех, кто обращают внимание на их содержание. Воздействие СМИ на людей подобно пуле или подкожному впрыскиванию.

В соответствии с **теорией аккумуляции** сила и эффективность воздействия средств информации на людей прямо пропорциональны частоте информационных «инъекций».

**Теория селективной, экспозиции**, которая утверждала, что ауди­торию нельзя представлять как послушную массу, некритически , воспринимающую любую информацию. Каждый человек (как лич­ность, как индивидуальность) имеет собственные вкусы, предпо­чтения и интересы, в соответствии с которыми осуществляет выбо­рочное потребление информации, предлагаемой СМИ.

**Теория**, получившая название **«спираль тишины/молчания»**, раз­витая Э. Ноэлль-Нойманн, напоминает о «парадоксе голосования», согласно которому многие не участвуют в выборах, поскольку пола­гают, что их «голос» не является решающим. Так и в массовых ком­муникациях: «популярным экспрессом» новостей и мнений стано­вятся те, кто полагает, что они таковым являются, в то время как другие, не имеющие подобного предубеждения, «отмалчиваются». В такого рода ситуации возникают угрозы изоляции друг от друга общественного мнения и «политического класса». Поэтому возрас­тает роль средств массовой коммуникации как связующего их звена.

**Теория диффузии** (распространения) инноваций разрабатывалась Э. Роджерс в 1960-е гг. в области связи и нашла применение в антропологии, социологии, политических исследованиях, маркетинге. Диффузия понимается как процесс, при котором новшество рас­пространяется в обществе через коммуникационные каналы в тече­ние определенного времени. Распространение инноваций может носить запланированный или самопроизвольный характер; в лю­бом случае оно приводит к социальным изменениям (изменениям в структуре и функциях социальной системы). Эффективным ин­струментом распространения инноваций являются СМИ.

**Теория культивирования** возникла на основе научно-исследовательской работы Дж. Гербнера в области «культурных индикаторов», среди которых центральное место занимали средства массовой информации и в первую очередь телевидение. Массмедиа в целом рассматривались как средства, укрепляющие установки и ценности, которые уже существуют в культуре. Согласно выдвинутой гипотезе, телевидение рассматривалось как средство, нацеленное на долгосрочный эффект. Теория культивирования подверглась критике за то, что она со­средоточивается на количественном анализе и не учитывает разли­чий зрительской интерпретации телевизионных фактов: многие исследователи не находили твердых доказательств взаимосвязи между количеством телепросмотров и установками зрителей отно­сительно социальной действительности.

**Теория информационных барьеров** разрабатывалась социологом и социальным психологом К. Левином, предложив­шим новый термин — «контролер», «привратник». Теория носит преимущественно прикладной характер и может быть отнесена к процессам выбора новостей. В ее основе лежит предположение, что прохождение информации по некоторым ка­налам коммуникации зависит от наличия в них «ворот» (аналог Цензуры), которые в свою очередь управляются некими «конт­ролерами». Это предположение также нашло отражение в теории искажения, первоначально сформулированной У. Липпманом, согласно которой общественность откликается ' не на фактические события в окружающем мире, а на события в псевдомире, так как изображения внешнего мира в человеческом сознании, ошибки и ограниченность журналистов создают ложный образ мира.

**Теория обретения пользы и удовлетворения**, представленная в конце 1950-х гг. Дж. Бламлером и Э. Кацем и близкая теории селективной экспозиции, утверждала, напротив, что зрители отнюдь не пассивно воспринимают сообщения средств массовой информации. Члены аудитории, согласно данной теории, являются активными отборщиками сообщений, ориентируемыми своими целями, потребностями, интересами.

**Теория зависимости**, сформулированная С. Болл-Рокеш и М. де Флер, в определенной мере преодолевала по­добную односторонность, характеризуя комплекс отношений меж­ду реципиентами, средствами информации и социальной системой. Данная теория показывает наличие сложной системы взаимодейст­вий между средствами информации, их аудиторией и обществом в целом, а также устанавливает существование сильной зависимости потребностей и целей людей от деятельности средств массовой ин­формации. В итоге были достигнуты такие познавательные резуль­таты, как объяснение процесса формирования отношения челове­ка к происходящим событиям и формирования его убеждений, со­гласование индивидуальных и общественных норм и ценностей, урегулирование повестки дня, укрепление системы информацион­ного влияния, разъяснение значений передаваемых и воспринима­емых сообщений и др.

**Структурные модели коммуникации.**

**Коммуникационный процесс** – это процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств. Этот процесс может приобретать различные формы в зависимости от числа участников, целей участвующих сторон, используемых средств, стратегий и пр. Отсюда и большое количество моделей коммуникации, представленных в научной и учебной литературе.

*Модель Лассуэлла*.

*Модель Шеннона–Уивера*.

*Модель М. де Флера.*

*Циркулярная модель коммуникации*.

*Двухканальная модель речевой коммуникации*.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Каков предмет теории коммуникации?
2. Назовите законы теории коммуникации.
3. Дайте определения понятию «коммуникация» с широким и специальным значением.
4. Перечислите основные исторические вехи развития коммуникации в социуме.
5. Дайте определение понятиям "общение", "коммуникация", "речевая деятельность".

6 Какой вклад внесла эпоха Античности в изучение вопросов, которые связаны сегодня с исследованием социальной коммуникации?

7 В чем заключается значимость средневековой и нововременной мысли для изучения проблем социальной коммуникации?

8 Охарактеризуйте основные теории массовой коммуникации.

9 Какие элементы коммуникационного процесса рассматриваются в структурных моделях коммуникации?

**Литература:** [5, с.68-73],[10, с. 10-12], [9, с.19-22].

**Тема 2 Понятие деловой этики**

**Формирование вербального имиджа**

Как утверждают специалисты, в настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между фирмами, а между их имиджами. При общении с представителями фирмы, знакомстве с ее товарами, услугами в восприятии партнеров, хотим мы этого или не хотим, складывается определенный образ.

**Вербальный имидж** – мнение, сложившееся о вас на основании информации:

• прямой или косвенной;

• осознанной или неосознанной;

• вербальной или невербальной.

*Вербальный имидж формируется только через речь (устную или письменную).* Если есть проблемы с речью (не все умеют достаточно четко и ясно излагать свои мысли в экспромт-речи), то здесь уместна поговорка «Слово – серебро, а молчание – золото». В ряде случаев молчание действительно имеет преимущество перед речью.

**Межли́чностная аттра́кция** – механизм восприятия другого человека, возникающий на основе устойчивого положительного чувства, которое способствует формированию  [привязанности](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C),  [дружеских чувств](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%80%D1%83%D0%B6%D0%B1%D0%B0),  [симпатии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%8F)  или  [любви](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8E%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%8C).

Следует учесть, что под аттракцией понимают, как процесс, так и результат формирования привлекательности какого-либо человека для воспринимающего. [Л. Я. Гозман](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%B7%D0%BC%D0%B0%D0%BD%2C_%D0%9B%D0%B5%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B4_%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87) выделяет в понятии межличностной аттракции три аспекта: аффективный компонент, отношение (то есть мотивационно-волевой и поведенческий компоненты) и оценки другого человека (когнитивный компонент).

**Профессиональная этика** — это учение о профессиональной морали, представляющей собой исторически сложившуюся систему нравственных принципов, предписаний, заповедей и норм применительно к особенностям определенных профессий.

Профессиональная этика представляет собой систему [моральных](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C) принципов, норм и правил поведения специалиста с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации. Профессиональная этика должна быть неотъемлемой составной частью подготовки каждого специалиста.

Содержание любой профессиональной этики складывается из общего и частного. Общие принципы профессиональной этики, базирующиеся на общечеловеческих нормах морали, предполагают:

а) профессиональную солидарность (иногда перерождающуюся в корпоративность);

б) особое понимание долга и чести;

в) особую форму ответственности, обусловленную предметом и родом деятельности.

Частные принципы вытекают из конкретных условий, содержания и специфики той или иной профессии и выражаются, в основном, в моральных кодексах – требованиях по отношению к [специалистам](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82).

Профессиональные этики, как правило, касаются лишь тех видов профессиональной деятельности, в которых наличествует разного рода зависимость людей от действий профессионала, то есть последствия или процессы этих действий оказывают особое влияние на жизнь и судьбы других людей или человечества. В связи с этим выделяются традиционные виды профессиональной этики, такие, как педагогическая, медицинская, юридическая, этика ученого, и сравнительно новые, появление или актуализация которых связаны с возрастанием роли «человеческого фактора» в данном виде деятельности (инженерная этика) или усилением его влияния в обществе (журналистская этика, биоэтика).

Профессионализм и отношение к труду являются важными качественными характеристиками морального облика личности

**Профессия** – определенный вид трудовой деятельности, требующий необходимых знаний и навыков, приобретаемых в результате обучения и длительной трудовой практики.

**Профессиональные виды этики** – это те специфические особенности профессиональной деятельности, которые направлены непосредственно на человека в тех или иных условиях его жизни и деятельности в обществе.

**Профессиональные моральные нормы** – это руководящие начала, правила, образцы, [эталоны](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BD), порядок внутренней саморегуляции личности на основе этико-гуманистических идеалов. Появление профессиональной этики во времени предшествовало созданию научных этических теорий о ней. Повседневный опыт, необходимость в регулировании взаимоотношений людей той или иной профессии приводили к осознанию и оформлению определенных требований профессиональной этики. Активную роль в становлении и усвоении норм профессиональной этики играет общественное мнение.

Профессиональная этика, возникнув первоначально как проявление повседневного, обыденного морального сознания, в дальнейшем уже развивалась на основе обобщенной практики поведения представителей каждой профессиональной группы. Эти обобщения суммировались как в писаных и неписаных кодексах поведения различных профессиональных групп, так и в форме теоретических выводов, что свидетельствовало о переходе от обыденного к теоретическому сознанию в сфере профессиональной морали.

**Основными видами** профессиональной этики являются: врачебная этика, педагогическая этика, этика ученого, этика права, предпринимателя (бизнесмена), инженера и т. д. Каждый вид профессиональной этики определяется своеобразием профессиональной деятельности, имеет свои специфические аспекты в реализации норм и принципов морали и в совокупности составляет профессиональный кодекс морали.

# **Деловая этика, психология бизнес общения: принципы, особенности, виды коммуникации**

**Деловая этика**, **психология бизнес общения** – комплексные и неотделимые друг от друга понятия.

Их основа – принципы поведения делового человека при общении с оппонентами с учетом их психологических, нравственных, а также национально-культурных отличий, с соблюдением правил, принятых в деловых кругах. При этом такие понятия охватывают не только нормы общения во внешней деловой среде, но и на внутреннем корпоративном уровне.

## Деловая этика и деловой этикет

Бизнес этика напрямую связана с деловым этикетом. По сути, одно не может существовать без другого. Многие путают эти понятия, считая их определением одного и того же. Однако **деловая этика** – это более объемное понятие. На ее нормах, правилах строится [деловое общение](https://training-partner.ru/staty/delovoe-obshhenie-etika-vidy-osobennosti-osnovy-kultura.html). Она является основополагающей при ведении бизнеса в современном мире. Базируется же она на таких принципах, как обязательность, ответственность, честность.

## Особенности и принципы делового этикета

Одна из главных особенностей делового этикета – регламентированность. Речь идет об определенных рамках, установках, которые должен соблюдать деловой человек.

#### **Принципы делового этикета**

**Вертикальный принцип**

Определяет регулирование отношений с учетом иерархии. В данном случае речь может идти даже о малейших проявлениях уважения к человеку, имеющему более высокий статус. Основа этого принципа – чувство такта, уважения, которое проявляется без ущерба собственному достоинству.

**Принцип позитивности**

Основа – хорошее, ровное настроение. При соблюдении такого принципа подразумевается отсутствие жалоб, мрачного настроения, желания демонстрации негативного настроя. Соблюдая принцип позитивности, легко добиться создания благоприятной атмосферы для делового общения.

**Принцип уважения мнения оппонента**

Нужно уметь слушать оппонента, принимать его аргументы, чтобы возражать по существу решаемой проблемы. Соответствующее такому принципу поведение исключает споры, негатив с обеих сторон. Даже если истина на стороне одного оппонента, последний должен быть благодарен за содержательный разговор.

К важным принципам делового этикета также относится:

* Пунктуальность, что подразумевает умение управлять своим временем;
* Конфиденциальность – способность сохранять чужие секреты;
* Создание делового имиджа в рамках принятых норм, правил;
* Грамотность, которая обязательна для качественного и результативного делового общения.

Деловая профессиональная этика, ее правила, нормы определяют особенности коммуникации в бизнес общении. Сама же **деловая коммуникация** – это целесообразный процесс. Другими словами, контакт для достижения определенной цели, удовлетворения интересов. Исход коммуникации включает соотношение, взаимосвязь интересов участников. Причем эти интересы могут быть как одинаковыми, так и разными.

При совпадении интересов оппонентам хватит и наличия основных коммуникативных навыков делового человека по выбору и использованию подходящей стратегии. Если же интересы не совпадают, то придется брать в расчет, как личностные особенности собеседника, так и учитывать все факторы определенной ситуации. На исход общения влияет и коммуникативная компетентность каждого из оппонентов. Соответственно, если собеседники не владеют такой компетенцией, то очень трудно будет прийти к выгодному для обеих сторон решению.

Виды коммуникации в деловом общении:

* Вербальная – с использованием слов при устном общении;
* Невербальная – оценка мимики, жестов, позы собеседника;
* Прямая – непосредственное общение друг с другом;
* Непрямая – пример – деловая переписка.

**Коммуникация в деловом общении** может выражаться в любой из перечисленных форм:

* Бизнес переписка;
* Беседа;
* Совещание;
* [Деловые переговоры](https://training-partner.ru/staty/delovye-peregovory-pravila-etika-formy-osobennosti-vedeniya-i-organizacii.html);
* Публичное выступление;
* Пресс-конференция.

Все перечисленные формы делового общения требуют наличия определенных знаний, навыков, которые позволяют добиваться результативности коммуникации при деловом общении.

**Деловой речевой этикет**, его нормы, правила – составляющая деловой этики. Это комплекс правил речевого общения, которые взаимосвязаны между собой и обязательны для применения в определенных корпоративных ситуациях. Применение таких правил способствует облегчению сотрудничества, осуществлению бизнес процессов и даже определяет их успешность.

Состояние профессионально-нравственных отношений в коллективе называют **нравственным климатом**: если с ним все в порядке, то он стимулирует уважительное отношение членов коллектива к профессиональным стандартам поведения, помогает укрепить престиж профессии, создает чувство душевного комфорта. Что он собой представляет по сути?

***Профессионально-нравственный климат организации – это*** устойчивое сочетание условий, которыми характеризуются основные параметры жизни коллектива. Здоровый профессионально-нравственный климат – здоровая жизнь коллектива, хорошие результаты работы.

**Этика служебных взаимоотношений** – не то же самое, что профессиональная этика. Это особый свод правил поведения в трудовом коллективе, общий в своей основе для организаций и учреждений любого профиля. Специфика деятельности влияет на характер этих отношений, но опосредованно, через профессиональную мораль и профессиональную этику. Вот почему в сфере профессионально-нравственных отношений «специалист по связям с общественностью – коллеги» действуют два вида нормативов: нормы профессиональной морали и нормы служебной этики (регулирующей отношения коллег по линии руководитель – подчиненный).

Деловое общение, как любое другое, нуждается в регламентации. Этикет делового общения – свод гласных и негласных правил для тех, кому приходится работать вместе каждый будний день. *Без регламентированных норм деловое общение превращается в беспорядочный обмен информацией*. Каждый человек по-своему воспринимает окружающий мир, своих коллег, руководителей и подчинённых. Чтобы различное мировосприятие не мешало работе и не заставляло всех говорить на разных языках, важно соблюдать этикет и культуру делового общения. Это касается как отношений внутри одного коллектива, так и внешних контактов (между сотрудниками разных отделов или филиалов, между сотрудником и клиентом).

**Основные типы делового общения**

Существует три основных типа делового общения, они основываются на общепринятой иерархии внутри коллектива.

Так, деловое общение может происходить:

«Сверху вниз»;

«Снизу вверх»;

«По горизонтали».

Для этих трёх категорий существуют различные этические нормы делового общения, хотя есть и общие принципы.

В **первую** очередь, к общим принципам относится уважение к сотруднику, в независимости от роли последнего в компании. Важно быть корректным по отношению к сотрудникам, коллегам из других компаний и клиентам, с которыми вы работаете. Это, например, подразумевает, что неэтично будет расспрашивать собеседника о его личных делах, тем более о проблемах, только потому, что это вам интересно.

Общие для всех правила касаются и этикета **делового общения по телефону**. «Алло» или «да» — неподходящее приветствие для делового человека. Следует вежливо *представляться, называть свою должность, название компании, отдела*.

При телефонном разговоре нужно быть внимательным, если вы впервые говорите с человеком – обязательно запомните его имя и отчество и обращайтесь по ним. Свои мысли всегда нужно излагать ясно, лаконично. Если же по уважительным причинам вы не можете поддерживать разговор, необходимо извиниться перед собеседником и предложить связаться с ним позже.

**Общение «начальник-подчинённый» Или «сверху вниз»**. Любой хороший руководитель должен стараться создать в коллективе комфортную атмосферу. Именно самодисциплина руководителя является самым мощным мотиватором и примером для подчинённых. Поэтому людям, занимающим руководящие должности в первую очередь важно соблюдать этические правила делового общения.

Руководитель – это тот, кто управляет рабочим процессом и отдаёт распоряжения.

Можно это делать несколькими способами, среди которых:

Приказ;

Просьба;

Вопрос или запрос;

Вызов добровольца.

Также подчинённые всегда ценят справедливость. Так что награда всегда должна быть адекватна заслуге, точно так же как наказание – адекватно промаху. При этом нельзя оставлять промахи сотрудников совсем без внимания – такое поведение может показать руководителя как невнимательного или же говорить сотруднику о том, что он может работать спустя рукава, отлынивать и оставаться безнаказанным. Помимо прочего, начальник должен показывать подчинённым, что он уважает и ценит их мнение и вклад в общее дело, и в этом случае он добьётся ответной преданности.

**Общение «подчинённый-начальник»** Разумеется, правила делового общения должны соблюдать и все подчинённые. Хороший сотрудник, как и руководитель, заинтересован в том, чтобы в коллективе установилась и сохранялась комфортная атмосфера, поэтому в рамках этики делового общения одна из задач подчинённого – помогать руководителю поддерживать её. Подчинённый ни в коем случае не должен пытаться управлять своим руководителем, это проявление неуважения, несоблюдение иерархии и, соответственно, нарушение норм этики делового общения.

Субординация всегда должна иметь место: вы можете в корректной форме высказать своё мнение, но указывать начальнику нельзя.

Честность и доверие – основа делового общения. Придерживаясь этих принципов, сотрудник может пойти даже дальше, чем планировал, но если пытаться хитрить – винить потом стоит только себя.

**Общение «сотрудник-сотрудник»** В этом случае в первую очередь нужно обратить внимание на то, что, по сути, определяет отношения между сотрудниками: на их права и обязанности. Они должны быть чётко распределены между коллегами, так как иначе неминуемо возникнет конфликт. Каждый должен заниматься своим делом, даже если по работе он пересекается с остальными сотрудниками. Нередко между сотрудниками происходит деловое соперничество или соревнование, во время которого они стараются добиться, к примеру, повышения. Здесь необходимо понимать, что переход на личности неприемлем.

Уважение должно цениться превыше всего. Этикет делового общения при презентации, в частности, предполагает, что коллегу нельзя прерывать, перебивать. Все вопросы и возражения можно высказать в корректной форме после презентации или во время специально отведённого для вопросов. Также не следует брать на себя больше, чем возможно выполнить, не нужно давать обещаний, которые не будут сдержаны. Нужно адекватно оценивать себя, свои возможности, а также возможности сотрудников.

**Вопросы для самоконтроля**

1 Охарактеризуйте техники формирования вербального имиджа.

2 Что из себя представляет межличностная аттракция?

3 Понятие и содержание профессиональной этики?

4 Принципы, особенности и виды коммуникации деловой этики.

5 Коммуникация в деловом общении.

6 Профессионально-нравственный климат организации.

7 Правила и основные принципы этики делового общения.

**Литература:** [5, с.68-73],[10, с. 10-12], [9, с.19-22].

**Тема 3 Речь в социальном взаимодействии**

**Понятие, структура и средства общения. Средства общения**

Рассматривая образ жизни человека, мы выделяем в нем две стороны: действия с предметами и взаимодействия с людьми. Действия с предме­тами, подчиняющиеся их культурному назначению, называют предмет­ной деятельностью, взаимодействия с людьми обозначают как общение.

**Общение** – это сложная форма социальной активности.

**Содержание общения** – это информация, которая через общение передается от человека к человеку.

Содержанием общения может стать информация о состоянии внеш­ней среды, передаваемая от одного живого существа к другому, напри­мер сигналы об опасности или о присутствии положительных, биоло­гически значимых факторов, скажем, пищи. У человека содержание общения значительно шире, чем у животных. Животные вступают в общение друг с другом только в связи с удовлетворением их органи­ческих потребностей или инстинктов. Люди, общаясь, обмениваются друг с другом информацией, представляющей знания о мире, приоб­ретенный опыт, способности, умения, навыки, идеи, представления, оценки и т. п.

**Цель общения** – то, ради чего человек вступает в общение с другими людьми. Целью общения может стать побуждение другого человека к определенным действиям, передача и получение знании о мире, обучение и воспитание и многое другое.

Под **средствами общения** понимается то, с помощью чего оно реа­лизуется. Средства общения могут быть естественными и искусствен­ными.

*Естественными* называют средства общения, данные человеку от природы. Это, например, заложенные в генетической программе развития жесты, мимика, звуки голоса и телодвижения.

*Искусствен­ные* – это те способы общения, которые изобрели или придумали сами люди. К ним, например, можно отнести многообразные языки, пись­менность, технические средства записи, хранения и передачи инфор­мации.

**Структура общения**:

**Коммуникативная** составляющая общения – это обмен информа­цией между людьми или та информация, которой в процессе общения они обмениваются друг с другом.

**Интерактивная** сторона общения включает в себя взаимодействие людей друг с другом.

**Социально-перцептивный** аспект общения пред­ставляет собой восприятие и познание друг друга общающимися меж­ду собой людьми.

**5 сторон общения:**

 ***Межличностная сторона*** общения отражает взаимодействие человека с непосредственным окружением: с другими людьми и теми общностями, с которыми он связан своей жизнью. Прежде всего, это семья и профессиональная группа, которые пользуются сложившимися культурно-историческими и про­фессиональными шаблонами поведения. Кроме этого человек усваивает национально-этнические, социально-возрастные, эмоционально-эстетические и другие эталоны и стереотипы общения.

***Когнитивная сторона*** общения охватывает не только познание личности другого человека, но и самопознание. В результате в процессе общения формируют­ся образы-представления о себе и партнерах.

 ***Коммуникативно-информационная сторона*** общения представляет собой обмен между людьми различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, уста­новками и т.п. В общем виде – это процесс обмена информацией.

 ***Эмотивная сторона*** общения связана с функционированием эмоций и чувств, настроения в личных контактах партнеров.Они проявляются в выразительных движениях субъектов общения,ихдействиях, поступках, поведении.

***Поведенческая (конативная) сторона*** общения – это согласование внутренних и внешних противоречий в позициях партнеров. Она обеспечивает воздействие на личность во всех процессах жизнедеятельности, раскрывает стремление человека определенным ценностям, регулирует взаимоотношения партнеров в совместной деятельности.

Общение как социально-психологический феномен – это контакт между людьми, который осуществляется посредством языка и речи.

**Язык** – система словесных знаков, средство, с помощью которого осуществляется общение между людьми. Использование языка с целью общения людей называют **речью**.

Общение выполняет определенные **функции**. Их шесть:

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

2 ***Функция формирования и развития*** отражает способность общения оказывать воздействие на партнеров, развивая и совершенствуя их во всех отношениях.

3 ***Функция подтверждения*** обеспечивает людям возможность познать, утвердить и подтвердить себя.

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

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

6 ***Внутриличностная функция*** общения реализуется в общении человека с самим собой (через внутреннюю или внешнюю речь, достроенную по типу диалога). Такое общение может рассматриваться как универсальный способ мышления человека.

**Уровни общения**

1. Самый *примитивный уровень* общения – *фатический* (от лат. fatuus – глупый). Он предполагает простой обмен реплика­ми для поддержания разговора, не имеет глубокого смысла. Та­кое общение необходимо в стандартизированных условиях либо определяется этикетными нормами.

2. *Информационный уровень* общения предполагает обмен интересной для собеседников новой информацией, являющейся источником эмоциональной, мыслительной, поведенческой ак­тивности человека.

3. *Личностный уровень* общения характеризует такое взаимо­действие, при котором субъекты способны к глубокому саморас­крытию и постижению сущности другого человека, самого себя и окружающего мира. Он построен на позитивном отношении к себе, другим людям и окружающему миру в целом. Это высший духовный уровень общения.

**Речь в социальном взаимодействии**

В ***социально ориентированном******общении*** дистанция между партнерами увеличивается, вследствие чего контакт между участниками коммуникации осложняется. Это отражается в речи, которая демонстрирует несравненно большую отстраненность от субъекта речи и ее адресата, чем речь в межличностном взаимодействии.

Для речевого поведения в социальном взаимодействии основное значение имеет речевое оформление социально-ролевого статуса участников коммуникации, достаточно жесткий контроль за посылаемыми речевыми сообщениями, снижение личностного начала в речевом поведении.

Особое значение в социальном взаимодействии приобретают применяемые собеседниками ***речевые стратегии и тактики***.

Под **стратегией** речевого общения понимают процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов. Стратегия включает в себя планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникаторов, а также линию беседы. Целью стратегии может являться завоевание авторитета, воздействие на мировоззрение, призыв к поступку, сотрудничеству или воздержанию от какого-либо действия.

**Тактика** речевого общения понимается как совокупность приемов ведения беседы и линия поведения на определенном этапе разговора. Она включает приемы привлечения внимания, установления и поддержания контакта с партнером и воздействия на него.

**Речь как средство утверждения социального статуса**

В социально ориентированном общении социальные роли его участников - это важнейший **фактор речевого поведения**. Вместе с тем существует следующая зависимость: не только ролевая ситуация задает характер речевого поведения, но и выбранные средства конструируют социальную ситуацию. Язык, безусловно, является одним из инструментов утверждения социального статуса участников общения.

Выбор стиля произношения также относится к числу социально-символических средств. Выделяют высокий и низкий стили.

*Высокий*стиль воспринимается как более официальный, дистанцированный, за счет подчеркнуто правильного употребления слов и построения предложений.

*Низкий* стиль, включающий в себя разговорную речь (жаргонные слова, сленг), воспринимается как неформальный, дружеский.

Смена стиля обращения, в частности использование формы обращений *ты* */ вы*, сама по себе может быть приемом, направленным на повышение или понижение статуса. Переход от «ты» к «вы» часто является стратегией отчуждения, которая может демонстрировать неодобрение, неприятие, враждебность. Обратное переключение, напротив, является стратегией принятия, означает расположение, стремление к меньшей формальности и большему дружелюбию.

Реальная речь грешит отступлениями или нарушениями тех или иных правил коммуникации: люди бывают многословны, не всегда говорят то, что думают, их речь бывает отрывочной, неясной. Однако если при этом нарушение не касается базового принципа кооперации, взаимодействие продолжается и достигается тот или иной уровень взаимопонимания. В противном случае отступление от правил может обернуться разрушением коммуникации и деградацией речи.

Наряду с принципом кооперации важное значение для регулирования социальных взаимодействий имеет *принцип вежливости.* Последний всецело принадлежит речевому этикету (о котором речь пойдет дальше). Отметим, что такие ключевые максимы принципа вежливости, как тактичность, великодушие, одобрение, скромность, согласие, благожелательность, выраженные (или не выраженные) в речи, самым непосредственным образом определяют характер социальных взаимоотношений.

Отчетливо осознаваемая отправителем сообщения цель требует продуманной формы сообщения и прогнозируемой реакции аудитории.

Отличительная особенность речевой коммуникации в социальном взаимодействии связана с достаточно определенными ожиданиями со стороны получателей сообщения. Причем эти ожидания обусловлены более или менее устойчивыми *ролевыми стереотипами,*существующими в представлении адресатов, а именно: как должен говорить представитель той или иной социальной группы, какая речь вызывает или не вызывает доверие, владеет или не владеет выступающий темой и т. п. Чем более официальной является речевая ситуация, тем более формализованы ожидания слушателей.

**Виды и типы общения. Формы общения**

Умение находить оптимальные способы общения, ведущие к развитию доброжелательных отношений, характеризует общи­тельность человека.

**Общительность** – это качество личности, определяющее вербальную активность во взаимодействии с другими людьми.

Общение чрезвычайно многогранно, может быть различных видов.

**Виды общения:**

**1 *Межличностное*** общениесвязано с непосредственными контактами людей в группах или парах, постоянных по составу участников.

2 ***Массовое*** общение – это множество непосредственных контактов незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами средств информации.

3 ***Межперсональное*** общение – участниками общения являются конкретные личности, обладающие специфическими индивидуальными качествами, которые раскрываются по ходу общения и организации совместных действий.

4 ***Ролевое*** общение - участники выступают как носители определенных ролей (покупатель-продавец, учитель-ученик, начальник-подчиненный). В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, т.к. те или иные его шаги, действия диктуются исполняемой ролью.

5 ***Доверительное*** общение отличается тем, что в его ходе передается особо значимая информация. Доверительность – существенный признак всех видов общения, без чего нельзя осуществлять переговоры, решать интимные вопросы.

6 ***Конфликтное*** общение характеризуется взаимным противостоянием людей, выражениями неудовольствия и недоверия.

7 ***Деловое*** общение организуется между людьми в связи с выполняемой ими работой или делом, которое их интересует. Такое общение обычно включено как частный момент в какую-либо совместную деятельность, служит средством улучше­ния результатов этой деятельности. Его содержанием может стать то, чем заняты люди.

8 ***Личное*** общение сосредоточено вокруг во­просов личного характера, тех интересов, которые затрагивают личность человека и не имеют прямого отношения к работе.

9 ***Инструментальное*** общение не является самоцелью, преследует цель получения удов­летворения от самого акта общения.

10 ***Целевое*** — это общение, которое само служит средством удовлетво­рения специфической потребности в общении.

***11 Познавательное общение***

Профессиональная самореализация специалистов, их деловое взаимодействие возможны лишь в тех видах общения, которые предполагают прагматические цели и конструктивность решений, а также психологическую готовность каждого из партнеров к адекватному поведению и самореализации.

Специалисты в сфере общения различают пять его в**идов**:

познавательное,

убеждающее,

экспрессивное,

суггестивное,

ритуальное.

Для каждого из них характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, коммуникативные формы и средства.

**12 Убеждающее общение**

**Цель**: вызвать у деловых партнеров определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности тех или иных стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником.

**13 Экспрессивное общение**

**Цель**: сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому социальному действию.

**14 Суггестивное общение**

**Цель**: оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения.

**15 Ритуальное общение**

**Цель**: закрепить и поддерживать конвенциональные отношения в деловом мире; обеспечивать регуляцию социальной психики в больших и малых группах людей; сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые.

В СП многообразие общения может быть охарактеризовано и по типам.

**Типы (формы) общения:**

***Императивное общение* –** это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Партнер в этом случае выступает пассивной стороной (начальник-подчиненный, воинские уставные отношения).

***Манипулятивное*** общение – это форма межличностного взаимодействия, при которой влияние на партнера, с целью достижения своих намерений осуществляется скрытно. Вместе с тем манипуляция предполагает объективное восприятие партнера по общению, скрытым же выступает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека.

Объединенные на основе общих признаков, императивная и манипулятивная формы общения составляют различные виды ***монологического*** общения, поскольку человек, рассматривающий другого как объект своего воздействия, по сути дела общается сам с собой, не видя истинного собеседника, игнорируя его как личность.

В свою очередь, ***диалогическое*** общение – это равноправное субъект-субъектное взаимодействие, имеющее целью взаимное познание, самопознание партнеров по общению.

Общение возможно лишь при помощи знаковых систем. Различают такие средства общения.

**Средства общения:**

1. **Вербальное** – это общение с помощью языка и речи. В вербальном общении обычно применяются два варианта речи: устная и письменная.

*Письменная речь* – это та, которой обучают в школе и которую привыкли считать признаком образованности человека. Чтобы умело пользоваться письменной речью, нужно обогащать свой словарный запас, требовательно относиться к стилю.

*Устная речь,* по ряду параметров отличающаяся от письменной, является не безграмотной письменной речью, а самостоятельной речью со своими правилами и даже грамматикой.

**Виды речи:**

По степени направленности можно выделить **внешнюю и внутреннюю речь**. Сначала возникает внешняя, устная речь, социально обусловленная необходимостью общения ребенка co взрослыми, а внутренняя речь является производной от нее.

**Внутренняя речь** возникает из эгоцентрической речи. Ребенок разговаривает во время игры и других занятий сам с собой, а затем эта речь обеззвучивается, со­кращается и превращается во внутреннюю речь. Внутренняя речь – это речь без звука, скрытое мышление в словесной фор­ме, мышление про себя и для себя.

**Внешняя устная** речь имеет два вида:

**Монологическая речь** есть процесс целенаправлен­ного сообщения, сознательного воздействия на людей посредст­вом языка. В ней используются слова, разъясняющие, уточняю­щие, конкретизирующие основную мысль.

**Диалогическая (или диалоговая) речь** предполагает обмен репликами между двумя и более людьми. Существуют различные формы диалога: бытовой разговор, беседа на определенную тему (в том числе интервью, беседа в учебном процессе), теоретиче­ская дискуссия, молодежный диспут, политическая полемика.

2. **Невербальное** общение не предполагает использования речи или ес­тественного языка в качестве средства общения. Невербальное — это общение при помощи мимики, жестов и пантомимики, через сенсорные или телесные контакты. Обычно это общение оказывается так или иначе скоординированными между собой и со словесными текстами. Совокупность этих средств можно сравнить с симфоническим оркестром, а слово – с солистом на его фоне.

Передать информацию можно с помощью знаков. В общем виде выделяются два вида знаков, несущих информацию: слова и жесты. Способы передачи информации соответственно и определены как вербальная и невербальная коммуникации.

**Трудности**, которые возникают в процессе общения человека с человеком:

1 *Неразговорчивость человека* может мешать ему в установлении первого контакта при знакомстве, но на более поздних этапах воспринимается как проявление его индивидуальности, не мешающее, не препятствующее взаимопониманию.

2 Со стороны личности трудности общения могут возникать в связи *с мотивами общения*. Например, известно, что руководители больше ориентируются на нормативы, стандарты, директивные указания, в то время как подчиненные больше ориентированы на взаимопонимание. Несовпадение этих ориентаций приводит к неудовлетворенности в общении.

3 *Нарушение стратегий, заранее разработанных участниками*. Например, неожиданная форма контакта, несовпадение ожидаемого поведения с реальными действиями партнера по общению могут привести к полной растерянности.

4 *Проблемы социальной перцепции*. Стереотипы восприятия, предвзятость и предубеждения, негативные установки партнеров по отношению друг к другу, несовпадение ценностных ориентаций на уровне базовых социальных установок, смысловых пластов сознания и формальное поведение образа другого под категорией «плохой-хороший», «надежный-ненадежный» и т.п. существенно искажают представление людей друг о друге и вызывают негативные реакции во время встреч, бесед, переговоров, возбуждают недоверие и снижают эффективность установления отношений.

5 Важность *умения не только говорить, но и слушать*.

6 Затруднено *формирование навыков говорения*, и им нередко бывает трудно «выдавить из себя слово».

Эти индивидуальные различия являются одним из факторов затрудненности общения. В настоящее время разнообразные тренинговые программы общения при развитии техник говорения включают в себя отработку не только техники построения и произнесения речевого высказывания, но и его адекватного сопровождения мимикой, пантомимикой, жестами, взглядом.

Рассмотренные виды общения не охватывают все возможности деловой коммуникации, но позволяют определить специфику, грамотно использовать жанр, коммуникативные средства и технологии, получить планируемый (прогнозируемый) результат. Кроме перечисленного знание видов делового общения позволит каждому деловому человеку более эффективно подготовиться к той или иной коммуникативной деятельности, превентивно создать соответствующие условия для конструктивного взаимодействия; программировать собственный речевой репертуар, разрабатывая сценарии вербального и невербального поведения в конкретной ситуации делового общения с учетом индивидуальных особенностей делового партнера. Ожидаемый результат: формирование чувства патриотизма и национальной гордости; сохранения традиций, закрепление новых ритуалов.

 **Вопросы для самоконтроля:**

1. Как различается общение по направленности?

2. Какие типы взаимодействия вы знаете?

3. Что представляет собой общение как коммуникация?

4. Какова интерактивная функция общения?

5. Что представляет собой перцептивная функция общения?

6. В чем специфика познавательного общения?

7. В чем специфика убеждающего общения?

8. В чем специфика экспрессивного общения?

9. В чем специфика суггестивного общения?

10. В чем специфика ритуального общения?

11. Каковы основные характеристики делового общения?

**Литература:** [5, с.68-73],[10, с. 10-12], [9, с.19-22].

**Тема 4** **Специфика вербальной и невербальной коммуникации**

**Речь как способ передачи информации**

Важнейшей функцией речи является коммуникативная. Коммуникационный процесс можно рассматривать как обмен информацией между людьми, формационный аспект общения, а целью коммуникационного процесса считать осознание и понимание передаваемой и получаете информации.

Информация языковой единицы - это мера содержания данной единицы в конкретной реализации. Источником информации в вербальной коммуникации, как правило, выступает говорящий или пишущий субъект (создатель со­общения).

Выделяют три основных типа результатов коммуникации:

-изменения в знаниях получателя;

-изменение установок получателя, т.е. изменение относительно устойчивых представлений индивида;

 -изменение поведения получателя сообщения.

**Невербальная коммуникация**

**Сравнение вербальной и невербальной коммуникации**

Основная специфика коммуникации состоит в том, что в процессе интерсубъективного взаимодействия субъективный мир одного человека открывается для других людей.

Передача любой информации возможна путем знаковых систем. Выделяют **вербальную** коммуникацию (в качестве знаковой системы используется язык) и **невербальную**, использующую разнообразные невербальные знаковые системы.

*Общение* является самым распространенным способом коммуникации.

В психолингвистике выделяют *внешнее* и *внутреннее* общение. Кроме того, внешнее подразделяется на *устную* и *письменную* форму. В устной речи выделяют монолог и диалог.

*Диалог* – важный способ взаимодействия партнеров в коммуникативном процессе, поскольку именно диалог в определенной степени определяет равенство их позиций.

*Основное свойство* невербального поведения – движение, постоянное изменение совокупности невербальных средств выражения вслед за изменениями личности. Ядро невербального поведения составляют жесты, взгляд, позы и др.

Наиболее полно особенности невербального языка как специфического языка общения описаны американским психологом Р. Харрисоном. Он характеризует невербальный язык как природный, первичный, имеющий в отличие от вербального языка не линейную временную последовательность, а пространственно-временную целостность. Вербальный язык представляет собой вокально-звуковое явление. Невербальный язык состоит из разнообразных движений, значительная часть невербальной информации вообще не может быть переведена в код какого-либо языка без существенной потери их смысла для партнеров.

**Невербальные способы общения**

Две трети информации о человеке мы полу­чаем, наблюдая за его поведением, то есть мы сначала видим человека, а затем у нас формируется представление и нем. Учеными были обнаружены и зарегистрированы более 1000 невербальных знаков и сигналов. Было установлено, что словами передается только 7% информации, звуковыми средствами (включая тон голоса, интонацию звука) – 38%, а невер­бальными средствами – 55%.

**Жесты как невербальная коммуникация**

Термин «жесты» понимается как движения рук или кистей рук, но зачастую используется для обозначения всех движений тела, в том числе мимики, пантомимики (партнер достает определенный пред­мет, открывает дверь, закуривает и т.п.). В таком случае для обозна­чения собственно движений рук употребляется термин «жестику­ляция».

Согласно самой широкой классификации, жесты подразделяют­ся на *естественные* (спонтанные) и *искусственные* (жесты глухоне­мых, профессиональные жесты дирижеров, биржевиков и др.).

**Наиболее часто встречающиеся жесты**

*Рукопожатия.* С помощью различного разворота ладони можно придать жесту господствующее, покорное или равное зна­чение. Во время властного рукопожатия ваша рука захватывает руку другого человека таким образом, что ладонь развернута вниз. Тем самым вы сообщаете этому человеку, что хотите гла­венствовать в процессе общения с ним.

*Закладывание рук за спину.* Некоторые люди имеют при­вычку ходить с высоко поднятой головой, выставленным подбо­родком и с заложенными за спину руками. Это считается жестом уверенного в себе человека с чувством превосходства над другими.

 Жест «закладывание рук за спину с захватом запястья» говорит о том, что человек расстроен и пытается взять себя в руки.

*Жесты «лжи».* Быстрота неко­торых жестов и их очередность зави­сят от возраста человека. Например, если пятилетний ребенок сказал не­правду своим родителям, то сразу же после этого он прикроет одной или обеими руками рот. Когда подросток говорит неправду, рука прикрывает рот почти так же, как и у пя­тилетнего ребенка, но только пальцы слегка обводят линию губ. Когда взрослый лжет, мозг посылает ему импульс прикрыть рот в попытке задержать слова обмана, как это делается пятилетним ребенком или подростком, но в последний момент рука уклоняется ото рта и рождается другой жест — прикосновение к носу, потирание века, уха, оттягивание воротничка.

 *Почесывание шеи.* Этот жест показывает сомнение и неуверенность человека, который говорит: «Я не уверен, что я с вами согласен».

*Скрещивание на груди рук*. Руки в замок на груди выражают попытку спрятаться от неблагоприятной ситуации. Типичное скрещивание рук является универсальными жестом, почти повсюду обозначающим оборонное или негативное состояние человека.

**Скрещивание ног.** Жест закидывания ноги на ногу мо­жет использоваться для выра­жения взволнованного состоя­ния, сдержанной или защитной позиции.

Если закидывают но­гу на ногу с образованием угла, то говорит о том, что здесь присутствует дух соперничества и противоречия. Такая поза популярна у мужчин, имеющих бойцовский характер.

Человек с быстрой реакцией, которого очень трудно переубедить в споре, часто сидит, закинув ногу на ногу, обхватив ногу руками. Это признак твердого, упря­мого человека, к которому нужен специальный подход для нахо­ждения общего языка.

**Невербальные средства** общения делятся на визуальные, акустические, тактильно-кинестетические и ольфакторные.

1 *Визуальные средства общения* – это:

- кинетика – движения рук, ног, головы, туловища;

- направление взгляда и визуальный контакт;

- выражение глаз;

- выражение лица;

- поза (в частности, локализация смены поз относительно словесного текста);

- кожные реакции (покраснение, появление пота);

- дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство);

- вспомогательные средства общения, в том числе особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировка, усы, борода, сигарета и т.п.).

2 *Акустические (звуковые) средства общения* – это:

- паралингвистические, т.е. связанные с речью (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте);

- экстралингвистические, т.е. не связанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубов, «шмыганье» носом и т.п.).

3 *Тактильно-кинестетические средства общения* – это:

- физическое воздействие (ведение слепого за руку, контактный танец и др.);

- такесика (пожатие руки, хлопанье по плечу).

4 *Ольфакторные средства общения* – это:

- приятные и неприятные запахи окружающей среды;

- естественный и искусственный запахи человека.

5 *Проксемальным* называют общение, которое осуществляется через особое расположение людей в пространстве относительно друг друга.

**Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации**

К *паралингвистическим* компонентам невербальной коммуникации, делающим качество голоса, его диапазон, тональность, относят: *громкость, темп, ритм и высоту звука.*

*Экстралингвистические* компоненты представляют собой индивидуальные особенности произношения – *речевые паузы, вздохи, плач, заикание* и т.п.

*Громкость* голоса – важное акустическое средство кодирования невербальной информации. Так, для печали характерна низкая громкость голоса, а для гнева – увеличенная. Если повышение тона превышает допустимый уровень для конкретного партнера, то это принимается как покушение на личное достоинство.

*Темп речи*. Средние статистические характеристики темпа речи человека существенно изменяются с возрастом вследствие ослабления активности артикуляционного процесса. Быстрый темп речи может свидетельствовать об уверенности в себе, а спокойная медленная манера указывает на невозмутимость, рассудительность, основательность.

*Течение речи*. Сбивчивая, прерывистая речь указывает на волнение, нервно-психическое напряже­ние. Нужно иметь в виду, что сбивчивая речь часто принимается за попытку обмануть партнера.

*Умение держать паузу* – порой незаменимое средство ведения разговора. Несколько секунд молчания могут быть красноречивее слов, они помогают собраться с мыслями, дают возможность деть собой, привлечь или переключить внимание.

*Смех* рассматривается как универсальное средство для напряжения в общении. Открытый, естественный смех демонстрирует радость, удовольствие.

*Вздохи, покашливания* также представляют собой «говорящие» звуки. Их роль в общении сводится к выражению определенных состояний (безысходности терпеливости, недовольства и т.п.) и «заражению» окружающих путем вызывания у них аналогичных чувств.

*Интонация* – все явления, звуковые средства языка, которые не требуют концентрации внимания на содержании.

*Восприятие эмоциональной информации* зависит от степени выраженности эмоции в голосе и ее вида. Исследования показали большую надежность восприятия таких эмоций, как гнев и страх, по сравнению с эмоциями радости.

*Словесные определения* эстетической информации речи и голоса носят оценочный характер:

нравится – не нравится,

приятный – неприятный,

нежный – грубый.

Важнейшей осо­бенностью эстетической информации является образность и мета­форичность, использование не только акустических определений (звонкий – глухой, высокий – низкий), но и зрительных (яркий – тусклый, светлый – темный), кожно-тактильных (мягкий – жест­кий, теплый – холодный) и даже вкусовых (сладкий, сочный).

Медицинская информация отражает состояние здоровья говорящего. Они указывают как на нарушение работы голосового аппарата, так и на общее болезненное состояние органов.

**Холлом были выделены следующие четыре расстояния (зоны), сви­детельствующие о различных взаимоотношениях людей.**

1. ***Публичная зона***. Она составляет примерно 400-750 см и указывает на то, что на этом расстоянии друг от друга находятся в процессе об­щения люди, не имеющие каких-либо личных или деловых отноше­ний, не намеренные идти на дальнейшей сближение друг с другом или установление личных взаимоотношений. Это зона, в пределах которой относительно друг друга располагаются люди во всех случа­ях их публичного общения (отсюда название «публичная зона»).
2. ***Социальная зона***. Она составляет около 120-140 см и указывает на то, что люди, общающиеся на таком расстоянии друг от друга, явля­ются знакомыми, партнерами или коллегами по работе и между ни­ми сложились только деловые (не личные) взаимоотношения.
3. ***Личная зона***. Она примерно равна 45-120 см. В пределах этой зо­ны относительно друг друга располагаются люди, между которы­ми сложились не только деловые, но и личные взаимоотношения, не переходящие, однако, в интимные.
4. ***Интимная зона***. Она составляет 0-45 см. В эту зону допускаются только самые близкие люди, между которыми сложились интим­ные отношения или которые готовы пойти на установление таких взаимоотношений друг с другом.

Персональное пространство у каждого человека имеет свои меры. Чем оно больше, тем больший эмоциональный стресс испытывает человек в условиях скученности, тем хуже в этих условиях он выполняет задачи, требующие нестандартного подхода. Установлено, что уравновешенные люди, обладающие чувств собственного достоинства, подходят к собеседнику ближе, тогда, как беспокойные, нервные люди стараются держаться подальше особенно от собеседника противоположного пола.

Важную информацию несет то, *как человек сидит на стуле* также размер и форма стула. На край стула часто садятся нерешительные люди, а также те, кто не собирается задерживаться.

Если человек не ощущает коммуникативного пространства, он почти наверняка психически болен. Очень часто люди входят в состояние нервного стресса оттого, что нарушаются их территориальные притязания. Но человек не просто переносит себя в пространстве вместе со своим полем, он еще как бы оставляет это поле в тех местах, где он часто бывает. Для самого человека очень важно, чтобы он понял, где его место в доме или офисе, но не менее важно понять, где места других членов семьи или коллег.

В деловом общении большое значение имеет использование возможностей **сесть за стол** именно там, где это важно для достижения целей или удобно. Какую же информацию можно «считывать», наблюдая за тем, как рассаживаются деловые люди?

1. **Угловая** позиция подходит больше всего для дружеской непринужденной беседы, хотя возможна и для делового разговора, например: врач – пациент, руководитель – подчиненный. Позиция способствует постоянному контакту глаз и создает условия для жестикуляции, не мешающей партнеру, позволяет наблюдать друг за другом. Угол стола служит частичным барьером: при возникновении конфронтации можно отодвинуться дальше, в ситуации взаимопонимания – сблизиться; территориальное разделение стола отсутствует.

2. Такая позиция подходит для непосредственного делового взаимодействия. Когда задача или проблема решаются совместно, людям нужно сидеть рядом, чтобы лучше понять действия и намерения друг друга, видеть анализируемые материалы, обсудить и выработать общие решения.

3. Положение деловых партнеров друг против друга создает атмосферу соперничества, при которой каждый из участников жестко ведет свою линию, отстаивает свою позицию, пытается обыграть делового партнера. Стол между ними становится своеобразным барьером. Достичь согласия при такой позиции за столом чрезвычайно трудно, даже компромисс затруднителен, а вот конфликт вполне возможен.

 С другой стороны, такая позиция может свидетельствовать о субординации. Разговор тогда должен быть коротким и конкретным. Именно так садятся за стол переговоров: тогда это означает равноправную позицию и может способствовать конструктивному общению.

4. В определенных ситуациях делового общения целесообразно занимать независимую позицию, то есть по диагонали через весть стол. Эта позиция характерна для людей, не желающих взаимодействовать. Она свидетельствует об отсутствии заинтересованности или о желании остаться незамеченным, например, на деловом совещании, семинаре и пр.

**Вопросы для самоконтроля**

1 Как вы понимаете выражение «программировать пространство»?

2 Что означает организация пространственной среды?

3 Как цели делового взаимодействия отражаются в организации пространственной среды?

4 Каковы позиции за столом, о чем они могут свидетельствовать?

5 Классификация коммуникации.

6 Невербальные способы общения.

7 Невербальные средства общения.

**Литература:** [5, с.68-73],[10, с. 10-12], [9, с.19-22].

**Тема 5** **Эффективное общение**

**Формы речевой коммуникации**

В зависимости от направленности речевого потока при коммуника­ции выделяют диалогическую и монологическую речь.

**Диалогом** называется форма речи, состоящая из обмена высказываниями-репликами, характеризую­щаяся ситуативностью (зависимостью от обстановки разговора), контекстуальностъю (обусловленностью предыдущими высказыва­ниями), непроизвольностью и малой степенью организованности (неза­планированным характером). Диалог обычно противопоставляет­ся монологу. Подвидом диалога является полилог, возникающий при числе участников речевого общения, большем двух.

**Монолог** – форма речи, образуемая в результате активной речевой деятель­ности, рассчитанная на пассивное и опосредованное восприятие и прак­тически не связанная с речью собеседника ни в содержательном, ни в структурном отношении. Монолог противоречив по своей сути: с одной стороны, раз человек заговорил, значит, он рассчитывает на общение, с другой — монолог абсолютно не приспособлен к непо­средственному общению, он предполагает, что слушающий только слушает, но не отвечает.

Основные коммуникативные ситуации употребления моноло­га – сфера искусства, ораторские выступления, общение по телеви­дению и радио, ситуация обучения. В бытовом общении монологическая речь встречается редко.

Для монолога типичны значительные по размеру фрагменты текста, состоящие из структурно и содержательно связанных между собой высказываний, имеющие индивидуальную композиционную построенность и смысловую завершенность. Сте­пень проявления этих признаков зависит от жанровой принадлеж­ности (художественный монолог, ораторская речь, бытовой рас­сказ и др.) и от функционально-коммуникативной принадлежности (повествование, рассуждение, убеждение).

Обязательной чертой любого связного монологического высказывания является наличие межфразовых связей, объединяющих предложения и словосочетания в единый текст. Можно выделить две группы таких связей: *построенные по типу зацеплений и построенные по типу повтора*.

**Зацепление** – такая форма связи, при которой какой-либо одного предложения указывает на элемент другого предложения, «зацепляется» за него: так происходит передача смысла от одного предложения к другому.

*Анафора* – отсылка к ранее сказанному; осуществляется способами, включая и такие простые, как повтор лексических единиц, использование союзов.

*Катафора* – обращение к последующим элементам текс­та обеспечивается числительными, вопроси­тельными словами.

**Повторы** – второй тип межфразовых связей. Они могут быть *лексическими, грамматическими, синтаксическими или семанти­ческими*.

В классической риторике выделяют такие **типы повто­ров**, как *многосоюзие, бессоюзие, традукция* (повтор слова в раз­ных главных формах), *хиазм* (я в мире и мир во мне – обращенный параллелизм), *параллелизм, градация* (расположение по степени убывание – возрастание).

**Спор как разновидность речевой коммуникации**

Под **спором** обычно понимается всякое столкновение мнений, разных точек зрения по какому-либо вопросу, предмету, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою правоту.

**Полемикой** называют такой спор, при котором имеется конфронтация, противостояние.

**Дискуссия** – публичный спор, целью которого в отличие от полемики является выяснение и сопоставление разных точек зрения, поиск, нахождение правильного решения спорного вопроса.

Методы психологического воздействия

**Существуют способы** подтверждения собственной правоты:

1 Убеждение. Выделяют следующие разновидности человеческих желаний, к которым следует апеллировать с целью победы в споре: физическое благополучие (самосохранение); общественные интересы (семья, репутация авторитет); развлечение; чувство собственного достоинства.

**Убеждение** *–* это метод воздействия на сознание людей, обращенный к их собственно­му критическому восприятию.

Его суть заключается в том, что­бы с помощью логических аргументов сначала добиться от человека внутреннего согласия с определенными умозаклю­чениями, а затем на этой основе сформировать и закрепить новые установки (или трансформировать старые), соответ­ствующие поставленной цели.

Критерием результативности убеждающего воздействия яв­ляется убежденность. Это глубокая уверенность в истинности усвоенных идей, представлений, понятий, образов. Благодаря убежденности формируются ус­тановки людей, определяющие их поведение в конкретных си­туациях.

Психологи выделяют **три основные категории аргументов** для убеждения:

1. Истинные факты. Содержащаяся в убеждающем воздей­ствии неопровержимая информация настраивает людей на оценку его содержания как правильного.

2. Аргументы, дающие своего рода «психологическое удов­летворение», поскольку они апеллируют к позитивным ожида­ниям. Характерный пример – информационно-пропагандис­тские материалы, рекламирующие хорошие условия жизни (полноценное питание, медицинское обслуживание, возмож­ности для совершенствования людей и т.д.).

3. Аргументы, апеллирующие к негативным ожиданиям. Убеждающее воздействие может предупреждать те или иные отрицательные настроения или отношения людей и тем самым способствовать завоеванию их доверия.

**Внушение** *–* это метод психологического воздействия на сознание личности или груп­пы людей, основанный на некритическом (и часто неосознан­ном) восприятии информации.

При внушении сначала происходит восприятие информа­ции, содержащей готовые выводы, а затем на ее основе формируются мотивы и установки определенного поведения. В про­цессе внушения интеллектуальная (аналитико-синтезирующая) активность сознания либо отсутствует, либо она значительно ос­лаблена, а восприятие информации, настроений, чувств, шаб­лонов поведения базируется на механизмах заражения и под­ражания,

Внушение основано на использовании **внушаемости** (суггестивности) людей. Это свойство психики, проявляющееся в ее податливости психологическому воздействию. Оно свя­зано с возрастными (дети более внушаемы чем взрослые), половыми (женщины более внушаемы, чем мужчины), инди­видуальными психическими особенностями людей, с их си­лой воли, жизненным опытом, а также с широтой кругозора, компетентностью и рядом других факторов. По мере накоп­ления жизненного опыта, научных и профессиональных зна­ний восприимчивость человека к внушению снижается, од­нако и в зрелом возрасте люди в той или иной мере подвер­жены ему.

*Общая внушаемость* обусловлена особенностями психичес­кого развития конкретной личности, она свойственна всем людям, хотя в разной степени. *Ситуативная внушаемость* воз­никает как следствие аномальных состояний психики, дефици­та информации и т.д.

Внушаемость разделяют на индивидуальную и групповую.

**Коммуникация и влияние на общественность**

**Борьба за** **внимание общественности**

В такой захламленной сообщениями среде приходится вести кон­курентную борьбу и средствам коммуникации, которыми пользуются пиэрмены. Их задание,

Во-первых, заключается в том, чтобы привлечь к себе ***внимание*** аудитории.

Во-вторых, стимулировать ***интерес к*** содержанию своих сообщений.

В-третьих, выработать ***желание*** це­левых групп общественности действовать в соответствии с сообще­ниями.

И, в-четвертых, направить ***действия*** тех, кто откликается на сообщения. Однако выполнить такое задание, сделать процесс ком­муникации более эффективным не так просто, как это может пока­заться на первый взгляд.

**Влияние на общественное мнение**

Говорят, что гораздо легче изучить состояние общественного мне­ния, чем повлиять на него. Однако разумно составленные и умело реализованные программы паблик рилейшнз способны кристаллизо­вать установки, усилить верования и определенным образом изменить общественное мнение.

К сожалению, эти способы влияния на общественное мнение не всегда бывают честными. Можно привести немало пропагандистских приемов, которыми обычно пользуются для введения общественного мнения в заблуждение.

1 *Навешивание ярлыков.* Характеристика, даваемая людям, от­дельным деятелям может приобретать отрицательный или по­ложительный оттенок. Кого-то можно назвать «умным и чест­ным» или «лжецом и мошенником». Но бывает и так, что ха­рактеристику оставляют открытой, предоставив людям воз­можность сделать собственный вывод, отозвавшись о ком-либо, к примеру, «он крепкий орешек!».

2 *Яркие обобщения.* Имеется в виду, что некоторые события можно охарактеризовать расплывчатыми эмоциональными понятиями, например, «возбужденная толпа» или «сборище встречающих».

3 *Смещение акцента.* Происходит это в тех случаях, когда, скажем, кинозвезда или другая знаменитость принимает уча­стие в кампании в поддержку товара или политика, при этом аура известной персоны распространяется на менее известно­го человека или товар.

4 *Свидетельства.* В отличие от приема смещения акцента этот трюк направлен на определенное акцентирование внимания. Это распространенный рекламный ход, когда профессиональ­ных спортсменов, певцов и других знаменитостей используют для того, чтобы стимулировать потребителей покупать товар, подчеркивая, что именно им пользуются приглашенные зна­менитости.

5 *Простые парни.* Любимый прием политиков, которые с по­мощью душещипательных речей, популистских призывов пы­таются привить простому народу мысль о том, что, несмотря на свои высокие посты и широкие государственные устремле­ния, они, как и прежде, остаются «одними из нас».

6 *Быть в одной лодке.* Этот безотказный прием используют для того, чтобы подтолкнуть еще не определившихся людей во что бы то ни стало следовать за большинством. Прием «быть в одной лодке» настолько действенный, что ТВ-компании в США избегают искушения сообщать о предварительных ре­зультатах голосования на востоке страны в день выборов до тех пор, пока не закроются избирательные участки на западе страны, хотя некоторые исследователи доказывают, что такие сообщения не оказывают влияния на еще не проголосовавших избирателей.

7 *Подтасовка карт.* Обсуждение лишь одной стороны собы­тия, связанное с освещением фактов, отражающих только од­ну точку зрения, и замалчивание других фактов или мнения. В итоге мы имеем дело с искажением и неправильным освеще­нием сути происходящего.

8 *Эмоциональные стереотипы.* Здесь используются разного рода имиджи, рассчитанные на эмоциональное воздействие. Среди них можно назвать: «хороший хозяин», «хранительни­ца домашнего очага», «иностранец» и др.

9 *Запрещенное замалчивание.* Это мастерская форма пропаган­ды типа тонкого намека, предположения, инсинуации. Она связана с сокрытием информации, способной исправить не­верное впечатление.

10 *Подрывная риторика.* Это прием, используемый для дискре­дитации мотивов действий человека, чтобы опорочить саму идею, которая по сути может оказаться хорошей и полезной. Например, можно дискредитировать план мэра города постро­ить мост на том лишь основании, что на противоположном бе­регу реки находится его собственный дом. Между тем, если рассуждать объективно, план строительства моста весьма ценен для развития города, транспортных сообщений и туризма.

Формы таких пропагандистских приемов целиком очевидны, од­нако применение их на практике умелыми специалистами бывает достаточно скрытым. Каждый, кто имеет дело с коммуникацией, мо­жет использовать приемы пропаганды — устные, письменные, рисо­ванные и др. В совокупности они могут принимать форму синтетиче­ских событий.

И все же, несмотря на то, что в работе специалистов по паблик рилейшнз (особенно когда речь идет о привлечении средств массовой ин­формации для реализации программ воздействия на общественное мнение) используются некоторые методы, способные ввести людей в заблуждение, к самому понятию *пропаганда* не стоит относиться как к чему-то абсолютно отрицательному. Пропаганду можно использовать для изменения установок и поведения людей в конструктивном направ­лении. Все дело лишь в том, нарушаются ли моральные нормы, граж­данские права человека в широком демократическом их понимании.

**Формы делового общения**

*Брифинг* – короткая, сжатая во времени инструктивная встреча руководства коммерческой фирмы или компании с журналистами, с приглашением представителей органов государственной власти. Сообщение на брифинге носит односторонний оповещательный характер с иллюстрацией конкретных фактов.

*Прием* – одна из форм внешней и внутренней жизни организации, заранее подготовленная, разработанная и обеспеченная руководством и специалистами PR для совместного проведения времени представителей фирмы-хозяина и гостей. Следует различать текущий и представительский приемы.

*Презентация* – это представление фирмы, новой продукции фирмы приглашенной аудитории.

*Дни открытых дверей* позволяют всем желающим ознакомиться с деятельностью фирмы, ее планами, задать руководству интересующие вопросы. Предполагается приглашение сотрудников для близкого знакомства.

*Круглый стол* – одна из форм обсуждения идеи, проблемы, имеющей значение для широких кругов общественности; участниками круглого стола являются авторитетные представители науки, бизнеса, деловых кругов, общественных и государственных организаций.

*Специальные события* (special events). Некоторые из этих событий могут быть значимы для компании или компания может создать повод для празднования. Годовщины товаров предоставляют многостороннюю платформу для возобновления интереса к старой продукции.

**Вопросы для самопроверки**

1 Борьба за внимание общественности.

2 Распространение информации или коммуникация.

3 Влияние на общественность.

4 Что значит сила убеждения.

5 Что нужно знать и соблюдать, чтобы повлиять на общественное мнение.

6 Формы делового общения.

**Литература:** [5, с.144-160],[10, с. 59-68], [9, с.29-33].

**Тема 6** **Логика, этика и эстетика публичного выступления**

Одной из важнейших составляющих коммуникации с общественностью является устное слово, умение выступать перед аудиторией, общаться с массами. Разумеется, дело это непростое и чтобы сделать его эффективным, требуется большое мастерство. *«Речь сама по себе уже является особой цивилизацией»* (Томас Манн). Ею нужно уметь пользоваться, чтобы как можно лучше и доступнее донести до общественности идеи и мнения организации, привлечь людей на свою сторону и заручиться их поддержкой.

**Предмет выступления**

Известно выражение*: «Выступление, не затрагивающее какую-нибудь злободневную и интересную для всех тему все равно, что путешествие, начатое без цели и места следования».*

**Рассмотрим пошагово подготовку любого выступления**:

1 *Определить цель выступления или конкретную тему*. Какую задачу вы ставите перед собой, выступая с данной речью, чего хотите добиться?

2 *Обдумывание конкретного плана реализации*.

Если выступление хорошо подготовлено и с самого начала логически выстроено, это придает речи большую силу, а в оратора вселяет уверенность в успехе.

3 *Постановка целей и задач выступления*.

Целью выступления может быть как распространение информации, изложение соответствующих инструкций, так и реклама, «продажа» идей и планов; иногда это разноплановые комбинации всех перечисленных целей.

4 *Продумывание формы подачи выступления*.

Для достижения максимального результата и эффекта требуется разработать план подачи проблемы или идеи.

5 *Планирование формы подачи и стратегии выступления*.

Выступающий должен спросить себя: Чего он хочет достичь, какую цель преследует, иначе говоря, что он «продает»? Кому он это «продает»? Против кого действует и за что борется? В какой аудитории, перед какой публикой собирается сделать доклад?

**Вовремя выступления с докладом наиболее часто возникающие препоны можно свести к следующему**:

- опасения со стороны слушателя, что предлагаемый ему план или идея повлияют на его престиж, авторитет в коллективе или перспективные планы на будущее;

- нежелание слушателя воспринимать что-либо новое, поскольку это может привлечь за собой организационные преобразования или причинить личные неудобства и лишние хлопоты;

- нежелание слушателя сойти с «проторенной дорожки, колебания и опасения навлечь на себя неприятности;

- гордыня слушателя, его болезненное самолюбие.

**Для того, чтобы знать, в каких условиях состоится заседание и какая общая обстановка будет сопровождать выступление, для этого надо узнать**:

1 Какой будет аудитория: дружественной или враждебной, симпатизирующей ему или проявляющей апатию?

2 Будет публика в зале откровенной или же недоверчивой и молчаливой?

3 Окажутся ли среди присутствующих в зале одни только его сторонники или же вероятно, там будут присутствовать и представители оппозиции?

4 Если допускается присутствие в зале оппозиционных сил, придерживаются ли они общей позиции или же конфликтуют между собой?

**Есть и другие факторы, влияющие на благоприятный результат выступления, а именно:**

1 Когда и в какое время будет представлен доклад: утром, после обеда, в конце рабочего дня или же перед официальным ужином?

2 Будут ли присутствующие в зале торопиться побывать где-то еще?

3 Не угрожает ли выступающему «опасность» вследствие каких-либо причин?

4 Существует ли при этом необходимость спасать чье-то «общественное лицо»?

Проведя окончательный анализ всей сложившейся ситуации и обдумывая, какую форму и стратегию выступления избрать, оратор должен исходить из его задачи и абсолютного понимания того, что он «продает», кому он это «продает», какие обстоятельства и препятствия могут возникнуть, в какой атмосфере и перед какой публикой он будет делать свой доклад.

**Организация выступления**

*Успешное выступление содержит не только хорошо подобранный материал, но и, что более существенно, неопровержимые аргументы и доказательства.* Такое выступление демонстрирует свободную ориентацию оратора и глубокое знание их дела. Но даже очень сильная и убедительная речь, имеющая план, содержащая основную идею, необходимую информацию, которой заинтересовалась публика, с легкостью терпит фиаско, если эти факты не будут должным образом упорядочены и расположены.

Прежде всего нельзя пренебрегать *вступительной* и *заключительной* частями выступления. С самого начала выступление должно вызывать интерес у слушателей, знакомить их с основным содержанием и идеей доклада. В итоговой части опытный докладчик еще раз кратко повторит ключевые моменты и смысл своего выступления.

*Основная часть* доклада, идущая сразу после вступительной части и перед заключительной, содержит в себе главную мысль и суть идеи. Они должны быть продуманы докладчиком с полным знанием дела. Невозможно долгое время держать аудиторию в напряжении, раскрывая основное содержание своих планов, идей или просто «выплескивая» на нее непрерывный поток информации, не имея особого подхода, стремления «слиться» с аудиторией, сделать ее частью своего выступления.

Организация самого выступления предусматривает компоновку разрозненных частей единого монолитного доклада.

**Метод**, который для этого выбирают, зависит от темы выступления и стратегических намерений выступающего:

- повременное и хронологическое изложение материала;

- логически построенный перечень проблем и путей их разрешения (законодатели);

- контрастно-сравнительный подход (сравнение альтернативных путей разрешения одной и той же проблемы);

- техника «стимул-реакция» (доклад информационного х-ра);

- техника «определения» (прояснить или доказать значение тех или иных фактов, цель каких-либо действий);

- обсуждение «деталей» основного целого;

- выступление, построенное вокруг основных систем, функциональных механизмов и технических характеристик.

*По завершении* выступления у слушателей должно сложиться и укрепиться впечатление об ораторе и его личности. Для этого ему следует в заключение еще раз вернуться к основной идее своего доклада. Если выступающий ожидает каких-либо действий и реакции на выступление, то еще до окончания доклада он должен предупредить об этом присутствующих в зале, иногда открыто спросив их мнение и предложив высказаться по определенному вопросу.

Тот, кто хочет стать хорошим оратором, всегда должен репетировать свое выступление, практиковаться, по несколько раз повторять мысли, которые он проповедует. Как только материал собран и распределен по пунктам для выступления, следует приступать к оценке его содержания (анализ фактического материала, проработка форм и способов его подачи и уточнение личного отношения к нему самого выступающего).

Когда оратор стоит перед аудиторией, ей легко передается его состояние. Поэтому необходимо заранее отрепетировать «бодрый вид», стоять прямо, но непринужденно, не прятаться за кафедрой или за столом, улыбаться или иметь серьезный вид – в зависимости от обстоятельств.

Недопустимо говорить, повернувшись к аудитории спиной.

Отсутствие достаточной подготовки и знания дела, точной задачи, уверенности в том, что выступающий хочет высказать в своей речи, присуще почти всем скучным и затянувшимся выступлениям. И наоборот, краткие, лаконичные выступления, как правило, свидетельствуют о более высоком профессиональном уровне подготовки. Даже если эта речь не блестяща, она хороша уже потому, что коротка и не отнимает у слушателей много времени и энергии. Иногда приходится слышать такое мнение: *«Если оратору в течение 30 минут не удастся разжечь огонь интереса, он должен прекратить тратить время и спички». Один из ораторов сказал как-то: «Извините, мое выступление несколько затянулось, я забыл свои часы и нигде не вижу настенных…». В ответ из последних рядов прокричали: «зато справа от вас настенный календарь».*

**Язык выступления**

Для того, чтобы вызвать интерес у аудитории и удержать внимание присутствующих до конца выступления, нужно как следует усвоить все функции языка и научиться быть внимательным к качеству и силе используемых слов.

Известно, что слова могут влиять на людей непредсказуемо. И от того, какое впечатление они произведут и как надолго останутся в их памяти, в конце концов зависят и авторитет и общественное положение, и даже будущее многих общественных деятелей и профессионалов.

Оратор должен следить за качеством своей речи. Качество и мастерство речи, безусловно, отнюдь не означают, что она должна быть чересчур изысканной и вычурной.

**Предоставление доклада**

Кто-то из великих заметил однажды: «*Не так важно, что вы сказали, сколько важно, как вы это сделали»*. К этому хотелось бы добавить еще одну мысль: «…И когда вы это сказали, что вы при этом делали?» В данных словах афористично заключены основные элементы искусства представления доклада.

**Что имеет значение**:

 1*Контакт с аудиторией*. Чтобы его речь стала свидетельством взаимопонимания и поддержки, ему прежде всего нужно завоевать настоящее чувство доверия и уважения публики, которое должно поддерживаться в течение всего выступления.

2 *Движения, поза, зрительный контакт, выражение лица, движение рук, одежда.*

3 *Внутренние импульсы оратора, его психологическое воздействие на публику* (125-145 сл/мин держать в напряжении).

4 *Тембр и модуляция голоса*. Вдохновенно, сделать живым и энергичным и постараться избавиться от нервозности.

Если выступающий стремиться выглядеть естественно, ему даже следует выучить основное содержание своего выступления наизусть, верить в то, что он говорит, быть уверенным в своих способностях и умении взаимодействовать с конкретной публикой в конкретных обстоятельствах, обладать хорошей дикцией и страстным желанием повести за собой людей.

**Публичные выступления оцениваются по следующим критериям**:

- проблемность;

- аргументированность;

- новизна;

- доходчивость;

- логичность;

- компетентность;

- учет аудитории;

- эмоциональность;

- пунктуальность.

Наглядные пособия помогут и станут важной частью выступления.

**Вопросы для самоконтроля**

1 Предмет выступления. Подготовка выступления.

2 Организация выступления.

3 По каким критериям оцениваются публичные выступления?

**Литература:** [5, с.144-160],[10, с. 59-68], [9, с.29-33].

**Тема 7** **Основные коммуникативные барьеры и пути их преодоления в межличностном общении. Стили поведения в конфликтной ситуации**

# **Коммуникативные барьеры и их преодоление**

Ежедневно мы общаемся с различными людьми. И каждый из нас замечал, что с некоторыми людьми мы запросто находим общий язык и взаимопонимание, а с другими в процессе коммуникации испытываем трудности. Подобные трудности возможно устранить, овладев навыками конструктивного общения, преодолев различные коммуникативные барьеры.

***Коммуникативные барьеры*** – это психологические препятствия, возникающие на пути передачи адекватной информации. В настоящее время психологи выделяют разные типы коммуникативных барьеров, среди которых имеют место барьеры непонимания, социокультурных различий, барьеры отношений.

Коммуникативные барьеры могут быть трех типов:

1 Возникновение **барьера понимания** может быть вызвано ря­дом причин:

- фонематическое непонимание проявляется в результате использования коммуни­катором невыразительной быстрой речи, речи-скороговорки или с большим количеством звуков-паразитов.

- семантические барье­ры понимания связаны с тем, что участники общения используют различные значения слов. Например: «Убери свою ручку». Зна­чение слова «ручка» может пониматься как «рука человека» или «авторучка».

- стилистический барьер обычно возникает при не­соответствии стиля речи говорящего и ситуации общения или стиля речи и состояния того, кто в данный момент слушает.

- логический барьер непонимания происходит, когда логика рассуждения говорящего либо слишком сложна для понимания слушающего, либо противоречит присущей ему манере доказа­тельств. Например, детская логика отличается от логики взросло­го. Если спросить малыша, почему кораблик плавает, он может ответить: «Потому что он мой».

2 **Соци­ально-культурные различия** между партнерами по общению (соци­альные, политические, религиозные, профессиональные различия). Политическое непонимание лучше всего демонстрируют те конфликты, которые возникают между представителями разных партий. Религиозные войны возникают в результате трудностей в общении людей, исповедующих разные религии. Иногда препятствием может стать само восприятие парт­нера по общению как представителя определенной профессии.

3 **Барьер общения** тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего. Барьер отношения в общении возникает, например, при неприязни, не­доверии к собеседнику. Это существенно влияет и на восприятие информации, исходящей от него.

В работе Б. Ф. Поршнева представлены барьеры непонимания, среди которых он выделил **четыре уровня непонимания**: *фонетический, семантический, стилистический и логический*.

1 *Фонетический барьер* обусловлен различными знаковыми средствами передачи информации. Данные препятствия создаются акустическими и физиолотическими особенностями речи.

Кроме тона голоса большое значение для эффективного общения играют ударение и тональность речи.

2 *Семантический барьер* возникает, когда собеседники не понимают смысла, значения сказанных слов. Такие ситуации возникают, когда люди являются носителями разных субкультур (отличия в обычаях, нормах и ценностях, языке, жаргоне).

***Жаргон*** – речь социальной или профессиональной группы, содержащая множество свойственных только этой группе слов и выражений. Существует несколько видов жаргона: научный, профессиональный, подростковый, студенческий и др.

Знание культуры и обычаев другой страны помогает избежать неприятностей.

3 *Стилистический барьер* возникает при использовании разных средств языка для выражения мыслей, обусловлен разностью стиля при подаче информации. Стиль – отношение формы представлен ной информации к ее содержанию: стилевые характеристики "упакованной" в словесную форму информации могут препятствовать ее восприятию или не соответствовать ситуации и намерениям собеседника. Например, пересказ содержания сказки научным стилем, несомненно, вызовет стилистический барьер.

Исследователи называют два основных приема структурирования информации:

1) *правило рамки* характеризуется тем, что начало и конец любого разговора должны быть четко очерчены, так как лучше запоминаются людьми. Еще в конце XIX в. немецкий психолог Герман Эббингауз установил некий *фактор* ряда: начало и конец любого информационного ряда сохраняются в памяти лучше, чем его середина.

2) *правило цепи* определяет "внутреннюю" структуру процесса общения: информация выстроена определенным образом, соединена в цепь по каким-либо признакам.

4 *Логический барьер* возникает при несогласии коммуникаторов с приводимыми ими доводами, представлениями и суждениями. Это происходит потому, что каждый человек видит проблему или ситуацию, а также мир в целом со своей точки зрения. И смысл любого сообщения всегда индивидуален и зависит от личностных особенностей и опыта человека. В результате возникают ситуации, когда что-то существенное и значимое для одного может быть совершенно невозможным для другого. Проблема непонимания здесь связана с особенностями мышления собеседников, с их логикой.

К ***барьерам социокультурных различий*** относят социальные, политические, религиозные, профессиональные и прочие различия, связанные с разными уровнями культурного развития субъектов воздействия:

1) социальные барьеры определяют принадлежность субъектов взаимодействия к разным социальным слоям общества (общение директора (хозяина фирмы) с работниками фирмы по поводу заработной платы);

2) политические барьеры возникают при разной идеологии и разных представлениях о структуре и смысле власти (коммуникация представителей разных партий на выборах или на демонстрации);

3) религиозные барьеры обусловлены терпимостью (толерантностью) самой религии по отношению к представителям другой веры (взаимодействие мусульман и христиан при решении религиозных вопросов).

*Барьеры отношений* возникают при включении эмоций и чувств в процесс взаимодействия.

Какие вы можете определить типичные ошибки, порождающие барьеры общения:

− неправильные ожидания в отношении партнера (эффект ореола);

− нам кажется, что партнер должен догадываться о том, что мы чувствуем (лучше сразу четко сформулировать свои ожидания, объяснить причины и т. д.);

− не улавливаем подтекст разговора (не учитываем, что партнер тоже может прямо не высказывать свои желания и истинное настроение);

− если поведение человека нам неприятно, нам кажется, что он плохо к нам относится или даже делает это нам назло (причина же может быть совсем в другом, людей обычно огорчают и раздражают несправедливые обвинения в плохом отношении, получается, что мы сами и провоцируем конфликт);

− мы стараемся оправдать ожидания собеседника (в общении с хорошим человеком это приводит к неестественности отношений, если же мы идем на поводу у манипулятора, последствия для нас еще хуже).

Дополнительно рассмотрим **барьеры**:

1 Мотивационный барьер. У партнеров могут быть разные мотивы вступления в контакт.

2 Барьер некомпетентности. Некомпетентность партнера является достаточно весомым аргументом прекратить взаимодействие.

3 Этический барьер. Часто в общении возникает столкновение этических представлений.

4 Эстетический барьер может возникнуть в процессе общения, если партнер неопрятно, неряшливо одет или обстановка в его кабинете, вид рабочего стола не располагают к беседе.

5 Барьер модальностей возникает тогда, когда человек не учитывает ведущий канал восприятия информации (аудиальный, визуальный, кинестетический) партнера по общению. У каждого человека есть определенный ведущий канал восприятия.

# **Типы и причины конфликтов в деловом общении**

# Причинами их возникновения, как правило, являются весьма распространенные социально-психологические механизмы – межгрупповая враждебность, внутригрупповой фаворитизм.

# *Межгрупповая враждебность* впервые описана З. Фрейдом, он определил факт универсальности межгрупповой враждебности в любом взаимодействии групп, объясняя враждебностькак главное средство поддержания сплоченности группы.

# Данный феномен заключается в тенденции благоприятствовать членам собственной группы в противовес членам другой группы.

# Члены своей группы всегда переоцениваются, когда как члены другой группы значительно недооцениваются. Каждая группа считает свои ценности, представления исключительно правильными. Взаимодействие между группами строиться по принципу «МЫ!» – «они», и «мы» значительно лучше, умнее, порядочней, успешней. На основе внутригруппового фаворитизма проявляется межгрупповая дискриминация.

# **Внутриличностный конфликт** может быть определен в сферах:

# 1 Мотивационный конфликт:

# между бессознательными стремлениями (З. Фрейд);

# между стремлениями к обладанию и к безопасности (К. Хорни);

# между двумя положительными тенденциями (К. Левин);

# как столкновение различных мотивов.

# 2 Нравственный конфликт – моральный или нормативный конфликт (В. Бакштановский, И. Арницане, Д. Федорина). Он рассматривается как конфликт между желанием и долгом, другими словами – как хочется идет в разрез с тем, как надо, как правильно, поступить по совести.

# 3 Конфликт нереализованного желания или комплекса неполноценности, противоречие в сфере реализации желания «хочу быть таким, как они, но не могу таким стать» (А. Захаров).

# 4 Ролевой конфликт – переживания возникают из-за невозможности одновременно реализовать несколько ролей (женщина – мать, жена, руководитель), различное понимание самой личностью и другими окружающими людьми содержания ролевых требований, конфликты между двумя ценностями, стратегиями или смыслами жизни.

# 5 Адаптационный конфликт – нарушение равновесия между субъектом и окружающей средой (в широком смысле), социальной или профессиональной адаптацией (в узком смысле).

# 6 Конфликт неадекватной самооценки – между притязаниями и оценкой своих возможностей (А. В. Петровский, М. Я. Ярошевский); с одной стороны, у личности возникает стремление повысить планку притязаний, чтобы достичь максимального успеха, с другой – из-за страха потерпеть неудачу, поражение возникает стремление понизить притязания (Д. Хекхаузен).

# Конструктивный внутриличностный конфликт всегда способствует переходу на новые уровни функционирования.

# В позитивном аспекте разрешение внутриличностного конфликта способствует формированию решительности, устойчивости поведения, независимости от случайных обстоятельств, становлению стабильной направленности личности; формированию адекватной самооценки, что в свою очередь помогает самопознанию и самореализации личности.

# Если же внутриличностный конфликт не удалось разрешить – деструктивные последствия будут очень весомыми.

# Это формирование устойчивого комплекса неполноценности, потеря смысла жизни, утрата уверенности в своих силах, агрессивность, тревожность, деструкция

# отношений в семье и на работе. При длительном переживании внутриличностногоконфликта он может перерасти в невротический, либо принять форму вполне конкретного заболевания.

# **Межличностный конфликт**

# Причины их возникновения могут быть следующими:

# **1** Психологическая несовместимость

# **2** Личностное своеобразие оппонентов

# **3** Несовпадение интересов, ценностей

# **4** Ролевое несоответствие

# **5** Искажение и потеря информации

# Человек достаточно избирательно воспринимает информацию. Роль фильтра могут играть ценности, мотивы, цели, которые зависят от мировоззрения человека, его образованности, профессионализма, нравственности, культуры, жизненного опыта.

# В ситуации общения значительная часть информации существует на уровне бессознательного и, как правило, словами выражена быть не может. Многое из того, что человек мог бы сказать, он не считает нужным говорить.

# Причина может быть банальной: часть того, что он думает, вслух высказывать не принято, не прилично, часть информации он не высказывает потому, что она характеризует его самого с неприглядной стороны, а часть информации он считает незначимой. Все эти «детали» разговора могли бы во многом помочь партнерам по общению прояснить суть проблемы, вовремя поставить точки над «и», однако информация умалчивается.

# Другой пласт информации теряется в процессе ее восприятия партнером по общению. Слушающий частично утрачивает смысл сказанного, так как отвлекается, параллельно думает о своих проблемах и т. п. В некоторых случаях не все, что говорит один человек, бывает сразу понятно другому.

# **Конфликт между личностью и группой**

# Можно выделить основные причины, по которым член группы нарушает групповые нормы и требования:

# **1** Личность преднамеренно нарушает групповые нормы, так как преследует, защищает собственные цели, ценности, интересы**.**

# **2** Личность случайно нарушает групповые нормы, может быть, как «новичок», не **в полной мере усвоив эти нормы.**

# **3** Личность не в состоянии вследствие разных причин выполнить пре**дписываемые группой требования.**

# **4** Несоответствие ожиданий личности или ожиданий группы (например, поведение личности не соответствует групповым ожиданиям или сама группа не со**ответствует ожиданиям личности).**

# **5** Противоречия между личностью и группой в целях, ценностя**х, интересах, позициях и т. д.**

# **6** Борьб**а за власть, лидерство, статус.**

# **7** Личность группой выбирается «козлом отпущения».

# **Стиль поведения в конфликтных ситуациях**

Когда человек находится в конфликтном противостоянии, для более эффективного решения проблемы необходимо выбрать определенный стиль поведения. При этом ему необходимо учитывать собственный стиль, стиль других, вовлеченных в конфликт людей, а также природу самого конфликта. Стиль поведения в конфликте совпадает по значению со способом его разрешения.

Относительно общения между людьми стиль – это манера вести себя, совокупность характерных приемов, отличающих образ действий, т.е. способ преодоления конфликтного противостояния, решения проблемы, приведшей к конфликту.

Стили поведения в конфликтной ситуации связаны с общим источником любого конфликта – несовпадением интересов двух и более сторон. **Существует пять таких основных стилей поведения в конфликтной ситуации**. Ваш стиль поведения в конкретной конфликтной ситуации определяется той степенью готовности, в которой вы хотите удовлетворить собственные интересы (действуя пассивно или активно) и интересы другой стороны (действуя совместно или индивидуально).

***Избегание.*** Наименьшей степенью такой готовности отличается тактика ухода от конфликта, которую иногда называют тактикой избегания. Тем не менее, она является весьма популярным способом поведения в конфликтной ситуации; к ней нередко прибегают как участники конфликта, так и те, кто по своему должностному статусу должен выступать в роли посредника при его урегулировании.

*Суть этой тактики* состоит в игнорировании конфликтной ситуации, отказе от признания ее существования, оставлении "сцены", на которой развертывается конфликт. Эта тактика означает, что человек, оказавшийся в конфликтной ситуации, предпочитает не предпринимать никаких конструктивных шагов по ее разрешению или изменению.

Во многом противоположена рассмотренному способу ***тактика силового подавления, или соперничество****.*

Использование ее свидетельствует о более высокой степени готовности к разрешению конфликта, по крайней мере, у одной из сторон. Его сущность состоит в принудительном навязывании одной из сторон своего решения. Для использования этой тактики также существуют определенные предпосылки.

***Метод односторонних уступок* *или приспособления***

Приспособление применимо при любом типе конфликтов. Но, пожалуй, этот стиль поведения наиболее подходит к конфликтам организационного характера, в частности, по иерархической вертикали: нижестоящий - вышестоящий, подчиненный - начальник и т.д.

Следующий стиль поведения в конфликтной ситуации – ***стиль компромисса или взаимных уступок****.*Под компромиссом понимается путь взаимных уступок, взаимовыгодной сделки, создание условий для хотя бы частичного удовлетворения интересов противоборствующих сторон. Компромисс, таким образом, есть вид соглашений, основанных на взаимной корректировке позиций обеих сторон по обсуждаемым проблемам, поиск взаимоприемлемой позиции по спорным вопросам.

Наиболее часто возникают **следующие трудности**:

* + отказ одной из сторон от первоначально занятой позиции из-за обнаружения в ходе переговоров ее нереалистичности;
	+ выработанное решение из-за содержащихся в нем взаимных уступок может оказаться противоречивым, нечетким и потому трудно осуществимым. Так, обещания, данные обеими сторонами, ускорить выполнение взаимных обязательств могут оказаться не обеспеченными ресурсами;
	+ содержащийся в любом компромиссном соглашении в той или иной степени элемент отказа от первоначально занятой позиции, ее некоторая корректировка могут впоследствии повлечь за собой оспаривание принятого решения.

По мнению А.В. Морозова, способность к компромиссу – признак реализма и высокой культуры общения, т.е. качество, особо ценимое в управленческой практике. Не следует, однако, прибегать к нему без нужды, торопиться с принятием компромиссных отношений, прерывая, тем самым обстоятельное обсуждение сложной проблемы, искусственно сокращать время на творческий поиск разумных альтернатив, оптимальных вариантов. Каждый раз нужно проверять, эффективен ли в данном случае компромисс по сравнению, например, с сотрудничеством, уклонением или приспособлением.

Несомненно, возникает вопрос: как выбрать наиболее приемлемый стиль поведения в конфликтной ситуации с учетом, как собственных интересов, так и интересов других людей?

Дженни Г Скотт. Приводит несколько факторов, которые необходимо учитывать при выборе стиля поведения в конфликтной ситуации. При выборе эффективного стиля разрешения конфликта ключевыми являются **два аспекта**: класть другого человека по отношению к вам и перспектива этого человека.

**Вопросы для самоконтроля**

1 Что такое коммуникативные барьеры?

2 Назовите основные характеристики логического барьера и пути их преодоления.

3 Назовите основные характеристики барьера восприятия и понимания и пути его преодоления.

4 Назовите основные характеристики семантического барьера и пути его преодоления.

5 Назовите основные характеристики фонетического барьера и пути его преодоления.

6 Назовите основные характеристики барьера взаимодействия и пути его преодоления.

**Литература:** [5, с.73-119],[10, с. 10-35], [9, с.38-54].

**Тема 8** **Способы психологической защиты**

**Защи́тный механи́зм** (**психологи́ческая защи́та**) – понятие [глубинной психологии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D1%83%D0%B1%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F), обозначающее [неосознаваемый](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D1%81%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5#%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F) психический процесс, направленный на минимизацию отрицательных [переживаний](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29). Защитные механизмы лежат в основе процессов [сопротивления](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%29).

## Содержание понятия

Функциональное назначение и цель психологической защиты заключается в ослаблении внутриличностного конфликта (напряжения, беспокойства), обусловленного противоречиями между инстинктивными импульсами [бессознательного](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5) и усвоенными ([интериоризированными](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%22%20%5Co%20%22%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F)) требованиями внешней среды, возникающими в результате социального взаимодействия. Ослабляя этот конфликт, защита регулирует поведение человека, повышая его приспособляемость и уравновешивая психику.

## Характеристики

[Психоаналитики](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA) [Кэлвин Холл](https://en.wikipedia.org/wiki/Calvin_S._Hall%22%20%5Co%20%22en%3ACalvin%20S.%20Hall) (англ.) [русск.](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A5%D0%BE%D0%BB%D0%BB,_%D0%9A%D1%8D%D0%BB%D0%B2%D0%B8%D0%BD_%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D1%80&action=edit&redlink=1) и [Гарднер Линдсей](https://en.wikipedia.org/wiki/Gardner_Lindzey%22%20%5Co%20%22en%3AGardner%20Lindzey) (англ.) [русск.](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9B%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D1%81%D0%B5%D0%B9,_%D0%93%D0%B0%D1%80%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D1%80&action=edit&redlink=1) выделяли две основные характеристики защитных механизмов:

* отрицание или искажение реальности;
* действие на бессознательном уровне.

Искажению и отрицанию подвергается восприятие не только внутренней, но и внешней реальности: *«„Я“ может защищать себя и незнанием о существовании определённых нужд и инстинктов, и незнанием о существовании внешних объектов»*. Для психотерапии особенно важна первая характеристика, так как именно она может приводить к [социальной дезадаптации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B4%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D0%BF%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) и другим проблемам.

Чаще всего люди используют защитные механизмы не по одному, а в комплексе. Кроме того, большинство людей имеют склонность «предпочитать» одни защиты другим, как если бы их применение происходило по привычке.

## Классификация

Не существует общепризнанной классификации защитных механизмов психики, хотя многие авторы публиковали свои собственные. Основные претензии к большинству классификаций – это либо недостаточная полнота (критикующий не находит в классификации важный для него психический процесс, который он относит к защитным), либо излишняя полнота (критикующий находит в классификации много психических процессов, которые не относит к защитным или вообще не выделяет как самостоятельные процессы). Это, по всей видимости, связано с тем, что минимизация отрицательных [переживаний](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) есть вообще естественная потребность любого живого организма (в частности, человека) и с некоторым допущением любой психический процесс можно признать направленным на достижение этой цели. Необходимость в выделении отдельных защитных механизмов связана с практической потребностью психологов в выделении и описании *наиболее универсальных* из неосознаваемых защитных процессов.

Большинство современных психологов признают определённый набор защитных механизмов, названия которых стали почти универсальными. Защитные механизмы принято подразделять на уровни (от двух до четырёх), но единого мнения о принципах этого разделения и о том, куда какую защиту относить, до сих пор нет. В данной статье за основу взята классификация, описанная в книге [Нэнси Мак-Вильямс](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D1%8D%D0%BD%D1%81%D0%B8_%D0%9C%D0%B0%D0%BA-%D0%92%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BC%D1%81), в которой выделяется 2 уровня защитных механизмов по степени их «примитивности», в зависимости от того, насколько сильно их применение мешает индивиду адекватно воспринимать реальность.

### Первичные защитные механизмы

1. [Всемогущий контроль](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D1%83%D1%89%D0%B8%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – восприятие себя как причины всего, что происходит в мире.
2. [Диссоциация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – отделение себя от своих неприятных переживаний.
3. [Интроекция](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29), в частности [идентификация с агрессором](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D1%81_%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BC) – бессознательное включение в свой внутренний мир воспринимаемых извне взглядов, мотивов, установок и пр. других людей.
4. [Отрицание](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – полный отказ от осознания неприятной информации.
5. [Примитивная идеализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) – восприятие другого человека как идеального и всемогущего.
6. [Примитивная изоляция](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D1%8F), в частности [защитное фантазирование](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D1%84%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) – уход от реальности в другое психическое состояние.
7. [Проективная идентификация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) – бессознательная попытка навязать кому-либо роль, основанную на своей [проекции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29), выраженной фантазией об этом человеке.
8. [Проекция](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – ошибочное восприятие своих внутренних процессов как приходящих извне.
9. [Расщепление Эго](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%89%D0%B5%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%AD%D0%B3%D0%BE) – представление о ком-либо как о только хорошем или только плохом, с восприятием присущих ему качеств, не вписывающихся в такую оценку, как чего-то совершенно отдельного.
10. [Соматизация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) или **конверсия** – тенденция переживать [соматический](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0) [дистресс](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%22%20%5Co%20%22%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81) в ответ на психологический [стресс](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81) и искать в связи с такими соматическими проблемами медицинской помощи.

### Вторичные защитные механизмы

1. [Аннулирование](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D1%83%D0%BB%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Возмещение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – бессознательная попытка «отменить» эффект негативного события путём создания некого позитивного события.
2. [Вытеснение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D1%82%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29), [Подавление](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Репрессия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – активное, мотивированное устранение чего-либо из сознания.
3. [Вымещение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%BC%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29), [Замещение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Смещение](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BC%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – бессознательная переориентация импульса или чувства с первоначального объекта на другой.
4. [Игнорирование](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Избегание](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – контроль и ограничение информации об источнике пугающего психологического воздействия либо искажённое восприятие подобного воздействия, его наличия или характера.
5. [Идентификация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – отождествление себя с другим человеком или группой людей.
6. [Изоляция аффекта](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%B7%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%B0%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B0) – удаление эмоциональной составляющей происходящего из сознания.
7. [Интеллектуализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – неосознанное стремление контролировать эмоции и импульсы на основе рациональной интерпретации ситуации.
8. [Компенсация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Гиперкомпенсация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29%22%20%5Co%20%22%D0%93%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – прикрытие собственных слабостей за счёт подчёркивания сильных сторон или преодоление [фрустрации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) в одной сфере сверхудовлетворением в других сферах.
9. [Морализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – поиск способа убедить себя в моральной необходимости происходящего.
10. [Отыгрывание](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%82%D1%8B%D0%B3%D1%80%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5), [Отреагирование вовне](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B5%22%20%5Co%20%22%D0%9E%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B5) или [Разрядка](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%82%D1%8B%D0%B3%D1%80%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) – снятие эмоционального напряжения за счёт проигрывания ситуаций, приведших к негативному эмоциональному переживанию.
11. [Поворот против себя](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2_%D1%81%D0%B5%D0%B1%D1%8F) или [Аутоагрессия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F%22%20%5Co%20%22%D0%90%D1%83%D1%82%D0%BE%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F) – перенаправление негативного [аффекта](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BC%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) по отношению ко внешнему объекту на самого себя.
12. [Раздельное мышление](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5) – совмещение взаимоисключающих установок за счёт того, что противоречие между ними не осознаётся.
13. [Рационализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – объяснение самому себе своего поведения таким образом, чтобы оно казалось обоснованным и хорошо контролируемым.
14. [Реактивное образование](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5)**,**[Реактивное формирование](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) или [Формирование реакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) – защита от запретных импульсов с помощью выражения в поведении и мыслях противоположных побуждений.
15. [Реверсия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – проигрывание жизненного сценария с переменой в нём мест объекта и субъекта.
16. [Регрессия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – возврат к детским моделям поведения.
17. [Сексуализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) или [Инстинктуализация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29%22%20%5Co%20%22%D0%98%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – превращение чего-то негативного в позитивное за счёт приписывания ему сексуальной составляющей.
18. [Сублимация](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F%29) – перенаправление импульсов в социально приемлемую деятельность

**Вопросы для самоконтроля**

1 Что такое защитный механизм? История понятия.

2 Классификация защитных механизмов.

3 Первичные и вторичные защитные механизмы.

**Литература:** [5, с.73-119],[10, с. 10-35], [9, с.38-54].

**Тема 9** **Моделирование ситуаций, связанных с различными аспектами учебы и жизнедеятельности студентов-инвалидов**

**Международные правовые документы в области образования и**

**социальной защиты людей с инвалидностью**

Международное законодательство в области закрепления права людей с инвалидностью на получение образования имеет более чем полувековую историю развития. Развитие законодательства и системы инклюзивного образования в каждой стране происходит по-разному. Как показывает международный опыт, различия в подходе к инклюзивному образованию в разных странах носят исторический, культурный и религиозный характер. С учетом географических размеров нашей страны, этнокультурного, религиозного многообразии, различный подход к правовому регулированию инклюзивного образования в регионах неизбежен и потому архиважным является знание основополагающих международных правовых документов в данной области.

1Всеобщая декларация прав человека от 10.12 1948 г. (извлечение). В документе провозглашен круг основных гражданских, политических, социальных, экономических и культурных прав и свобод человека. Декларация имеет основополагающее значение для защиты прав человека с инвалидностью, поскольку речь идет о людях, равных в своих правах с другими людьми и послужила основной и отправной точкой для разработки многих документов и резолюций по данному вопросу, которые были приняты в последствии. Всеобщая декларация прав человека закрепляет право каждого человека, как члена общества, на социальное обеспечение и на осуществление необходимых для поддержания его достоинства и для свободного развития его личности прав в экономической, социальной и культурных областях через посредство национальных усилий и международного сотрудничества и в соответствии со структурой и ресурсами каждого государства (Статья 22). В декларации также отмечается, что каждый человек имеет право на такой жизненный уровень, включая пищу, одежду, жилище, медицинский уход и необходимое социальное обслуживание, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи, и право на обеспечение на случай безработицы, болезни, инвалидности, вдовства, наступления старости или иного случая утраты средств к существованию по независящим от него обстоятельствам (п.1, Статья 25).

 2 Декларация прав ребенка от 20 ноября 1959 г. (извлечение). Согласно данному документу, ребенку, который является неполноценным в физическом, психическом или социальном отношении, должны обеспечиваться специальный режим, образование и забота, необходимые ввиду его особого состояния (Статья 5).

3 Декларация о правах инвалидов от 9 декабря 1971 г. (извлечение). В документе закреплены гражданские и политические права инвалидов, в частности право на меры, предназначенные для того, чтобы дать им возможность приобрести как можно большую самостоятельность, право на медицинское, психическое или функциональное лечение, на восстановление здоровья и положения в обществе, на образование, профессиональную подготовку и восстановление трудоспособности, на помощь, консультации, на услуги по трудоустройству и другие виды обслуживания, которые позволяют им максимально проявить свои способности и возможности и ускорят процесс их социальной интеграции и реинтеграции.

4 Конвенция о правах ребенка от 20 ноября 1989 г. (извлечение). Неполноценный в умственном или физическом отношении ребенок должен вести полноценную и достойную жизнь в условиях, которые обеспечивают его достоинство, способствуют его уверенности в себе и облегчают его активное участие в жизни общества (Статья 23). Ребенку должен быть обеспечен эффективный доступ к услугам в области образования, профессиональной подготовки, медицинского обслуживания, восстановления здоровья, подготовки к рудовой деятельности и доступа к средствам отдыха, таким образом, который приводит к наиболее полному, по возможности, вовлечению ребенка в социальную жизнь и достижению развития его личности, включая культурное и духовное развитие ребенка (п.3 Статья 23).

5 Стандартные правила обеспечения равных возможностей для инвалидов (утверждены ООН в 1994 году). Стандартные правила обеспечения равных возможностей для инвалидов были разработаны на основе опыта, приобретенного в ходе проведения Десятилетия инвалидов Организации Объединенных Наций (1983 - 1992 годы). Политической и моральной основой настоящих Правил являются Международный билль о правах человека, включающий Всеобщую декларацию прав человека, Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах и Международный пакт о гражданских и политических правах, Конвенция о правах ребенка и Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, а также Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Правила охватывают все стороны жизнедеятельности инвалида и основаны на принципе обеспечения равных возможностей, предусматривая, что «инвалиды являются членами общества и имеют право оставаться и жить в своих общинах». Правило 6. Образование в частности гласит, что «Государствам следует признавать принцип равных возможностей в области начального, среднего и высшего образования для детей, молодежи и взрослых, имеющих инвалидность, в интегрированных структурах.

Им следует обеспечивать, чтобы образование инвалидов являлось неотъемлемой частью системы общего образования.

1 Ответственность за образование инвалидов в интегрированных структурах следует возложить на органы общего образования. Следует обеспечить, чтобы вопросы, связанные с образованием инвалидов, являлись составной частью национального планирования в области образования, разработки учебных программ и организации учебного процесса.

2 Обучение в обычных школах предполагает обеспечение услуг переводчиков и других надлежащих вспомогательных услуг. Следует обеспечить адекватный доступ и вспомогательные услуги, призванные удовлетворять нужды лиц с различными формами инвалидности.

3 К процессу образования на всех уровнях следует привлекать родительские группы и организации инвалидов.

4 В тех государствах, где образование является обязательным, его следует обеспечивать для детей обоего пола с различными формами и степенями инвалидности, включая самые тяжелые формы.

5 Особое внимание следует уделять следующим лицам:

- детям самого юного возраста, являющимся инвалидами;

- детям - инвалидам дошкольного возраста;

- взрослым - инвалидам, особенно женщинам.

6 Для обеспечения инвалидам возможностей в области образования в обычной школе государствам следует:

- иметь четко сформулированную политику, понимаемую и принимаемую на уровне школ и в более широких рамках общины;

- обеспечить гибкость учебных программ, возможность вносить в них добавление и изменение;

- предоставлять высококачественные учебные материалы, обеспечить на постоянной основе подготовку преподавателей и оказание им поддержки.

6 Конвенция ООН «О правах инвалидов» от 13 декабря 2006 г. (извлечение).

Самым значимым международным документом в области защиты прав лиц с ограниченными возможностями является Конвенция о правах инвалидов. Конвенция направлена на обеспечение полного участия инвалидов в гражданской, политической, экономической, социальной и культурной жизни общества (социальную интеграцию), ликвидацию дискриминации по признаку инвалидности, защиту инвалидов и осуществление ими всех прав человека и основных свобод, а также на создание эффективных правовых механизмов обеспечения этих прав. В статье 24 Конвенции говорится «Государства-участники признают право инвалидов на образование. В целях реализации этого права без дискриминации и на основе равенства возможностей государства-участники обеспечивают инклюзивное образование на всех уровнях и обучение в течение всей жизни».

В соответствии с Конвенцией, образование должно быть направлено на:

− развитие умственных и физических способностей в самом полном объеме;

− обеспечение инвалидам возможности эффективно участвовать в жизни свободного общества;

− доступ инвалидов к образованию в местах своего непосредственного проживания, при котором обеспечивается разумное удовлетворение потребностей лица;

− предоставление эффективных мер индивидуальной поддержки в общей системе образования, облегчающих процесс обучения;

− создание условий для освоения социальных навыков;

− обеспечение подготовки и переподготовки педагогов.

24 сентября 2008 года Россия подписала Конвенцию ООН «О правах инвалидов». Ратификация Российской Федерацией данной Конвенции является выражения согласия государства на обязательность договора, наряду с подписанием, утверждением, принятием ее положений и становлением их неотъемлемой частью российского законодательства. Россия приняла на себя обязательства по включению всех вышеназванных положений в правовые нормы, регулирующие правоотношения в сфере образования, в том числе определение «инклюзивного образования» и механизмов его реализации. Россия ратифицировала Конвенцию о правах инвалидов в 2012 году.

7 Европейская социальная хартия. Это основополагающий документ, регулирующий права граждан в социальной среде. Россия вступила в Совет Европы, а значит должна присоединиться к Хартии. В статье 15. Европейской социальной хартии определено право нетрудоспособных лиц на независимость, социальную интеграцию и на участие в общественной жизни. Для обеспечения эффективного осуществления права на независимость, социальную интеграцию и на участие в общественной жизни нетрудоспособных лиц независимо от возраста, характера и происхождения их нетрудоспособности.

Стороны, в частности, обязуются:

1 Принять необходимые меры для того, чтобы профессионально ориентировать лиц с пониженной трудоспособностью и предоставить им возможность профессиональной подготовки (там, где это возможно) в рамках общей системы образования, а там, где это невозможно, через специализированные государственные и частные учреждения.

2 Активно способствовать занятости лиц с ограниченной трудоспособностью путем всяческого поощрения предпринимателей нанимать на работу таких лиц, использовать их в обычной производственной среде и приспосабливать условия труда к нуждам нетрудоспособных, а там, где это невозможно, создавать специальные рабочие места и производственные участки для инвалидов. В некоторых случаях такие меры могут потребовать обращения к специализированным службам занятости и поддержки инвалидов.

3 Содействовать полной социальной интеграции лиц с пониженной трудоспособностью в общественную жизнь, их участию в делах общества путем проведения мер, включающих техническую помощь, направленную на преодоление барьеров в общении и затруднений мобильности, и обеспечивающих доступ инвалидов к транспортным средствам, жилью, культурным учреждениям и учреждениям досуга. Таким образом, все вышеперечисленные международные документы повлияли на изменение отношения общества к людям, имеющим инвалидность, и послужили основой для формирования внутренней политики многих государств, которая направлена на признание необходимости создавать условия, чтобы каждый человек, независимо от своего состояния имел возможность получить образование и вести полноценную независимую во всех отношениях жизнь.

**Характеристика нозологических групп студентов с инвалидностью, требующих создание специальных условий для организации обучения в вузе**

**Лица с инвалидностью с нарушениями зрения**

Решение проблемы доступности высшего образования для лиц с нарушением зрения, на сегодняшний день, приобретает сегодня особую актуальность. Понимание педагогами физиологических и психических особенностей лиц с нарушением зрения - является одним из важных факторов, определяющих качество обучения, воспитания, социализации и реабилитации этих студентов. Специфику воспитания и обучения лиц с нарушением зрения изучает специальная наука - *Тифлопедагогика* (от греч. typhlos – слепой).

**Предмет тифлопедагогики** – теория и практика воспитания и обучения слепых и слабовидящих. По степени нарушения зрения и зрительным возможностям различают следующие подкатегории (классификация В.З. Денискиной ):

I **Слепые**. По остроте зрения – это лица с остротой зрения от 0 (0%) до 0,04 (4%) на лучше видящем глазу с коррекцией очками. В подкатегорию «Слепые или незрячие» 4Денискина В. З. К вопросу о классификации детей с нарушением зрения и вторичных отклонений в их развитии входят также лица с более высокой остротой зрения (вплоть до 1, т.е. 100%), у которых границы поля зрения сужены до 10 – 15 градусов или до точки фиксации. Такие люди являются практически слепыми, так как в познавательной и ориентировочной деятельности они весьма ограниченно могут использовать зрение. Таким образом, острота зрения не является единственным критерием слепоты.

В зависимости от времени наступления дефекта выделяют две категории:

− слепорожденные – это дети с врожденной тотальной слепотой или ослепшие в возрасте до трех лет. Они не имеют зрительных представлений, и весь процесс психического развития осуществляется в условиях полного выпадения зрительной системы;

− ослепшие – дети, утратившие зрение в дошкольном возрасте и позже.

Интересный факт: развитие у слепорожденных высших познавательных процессов (внимание, логическое мышление, память, речь) протекает нормально. Но нарушение взаимодействия чувственных и интеллектуальных функций проявляется в своеобразии мыслительной деятельности с преобладанием развития абстрактного мышления.

II **Слабовидящие**. К этой подкатегории относятся лица с остротой зрения от 0,05 (5%) до 0,4 (40%) на лучше видящем глазу с коррекцией очками. Главное отличие данной группы от слепых: при выраженном снижении остроты восприятия зрительный анализатор остается основным источником восприятия информации об окружающем мире и может использоваться в качестве ведущего в учебном процессе, включая чтение и письмо.

III **Лица с пониженным зрением** или с пограничным зрением между слабовидением и нормой, то есть лица с остротой зрения от 0,5 (50%) до 0,8 (80%) на лучше видящем глазу с коррекцией. Специфические особенности деятельности, общения и психофизического развития характерные для лиц с нарушениями зрения проявляются в пространственной ориентации, нарушении и своеобразии развития двигательной активности.

**Лица с инвалидностью с нарушениями слуха**

Категория студентов с нарушением слуха включает следующие две подкатегории: *неслышащие* (глухие) и *слабослышащие*.

При легкой тугоухости (первой степени) человек различает разговор шепотом на расстоянии от 1 до 3 метров, а разговорную речь на расстоянии более 4 метров. Но не может адекватно воспринимать разговор при посторонних шумах или искажении речи.

Тугоухость 2 степени (средняя тугоухость) имеет место, если человек воспринимает шепотную речь на расстоянии меньше, чем один метр, а разговорную речь слышит на расстоянии от 2 до 4 метров. Тугоухость 2 степени характеризуется неразборчивостью в восприятии всех слов в нормальной обстановке, требуются неоднократные повторения некоторых фраз или отдельных слов.

Тяжелая тугоухость (3 степень) проявляется в невозможности различить шепот даже на очень близком расстоянии, разговорную речь человек слышит на расстоянии меньше чем 2 метра. Используется слуховой аппарат и обучение зрительному восприятию речи (чтению с губ), чтобы иметь возможность общаться.

Глухота – это полное отсутствие слуха или такая степень его понижения, при которой восприятие речи становится невозможным. Абсолютная глухота наблюдается редко. Обычно имеются «остатки» слуха, позволяющие воспринимать очень громкие звуки (более 90 дБ), в том числе и некоторые звуки речи, произносимые над ухом громким голосом или криком. В зависимости от времени наступления дефекта выделяют две категории: врожденное или позднее снижение (отсутствие) слуха. Дефекты слуха приводят к формированию специфических особенностей психики и нарушению становления и развития речи. Основным препятствием для полноценного развития познавательной деятельности глухих и слабослышащих студентов является именно недостаточный уровень овладения речью. Речевая недостаточность становится причиной своеобразия их восприятия, памяти и мышления. Слабослышащие, в отличие от глухих, могут накапливать словарный запас и овладевать устной речью самостоятельно.

Кроме недостатков речевого развития к числу проблем, с которыми сталкиваются вузы при организации обучения студентов с нарушением слуха, можно отнести:

− замедленное и ограниченное восприятие;

− недостатки развития мыслительной деятельности;

− пробелы в знаниях;

− недостатки в развитии личности (неуверенность в себе и неоправданная зависимость от окружающих, низкая коммуникабельность, эгоизм, пессимизм, заниженная или завышенная самооценка, неумение управлять собственным поведением);

− невозможность использовать устную речь как надежное средство общения многими глухими и слабослышащими студентами в силу невысокого уровня восприятия устной речи и невнятного произношения;

− уровень овладения словесной речью особенно сказывается на развитии логического мышления:

▪ некоторое отставание в формировании умения анализировать и синтезировать воспринимаемый материал,

▪ отставание в умении оперировать образами,

▪ не умение сопоставлять вновь изученное с изученным ранее;

▪ характерное опускание значимых деталей объекта и его малозаметных, но существенных признаков.

При наличии такого большого количества проблем большинство глухих и слабослышащих сохраняют достаточные для получения высшего образования и профессии умственные способности. Главное, на что следует обращать внимание, это необходимость учета индивидуальных и групповых психофизических особенностей студентов с инвалидностью по слуху, поступивших в ВУЗ. Специфику воспитания и обучения лиц с нарушением слуха изучает специальная наука - **Сурдопедагогика** (от лат. surdos – глухой). Предмет сурдопедагогики - теория и практика воспитания и обучения глухих и слабослышащих людей.

**Лица с инвалидностью с нарушениями опорно-двигательного аппарата**

Врожденные и приобретенные заболевания и повреждения опорно-двигательного аппарата наблюдаются у 5–7% всего контингента учащихся. Нарушения функций опорно-двигательного аппарата могут носить как врожденную, так и приобретенную этиологию.

Отмечаются следующие виды патологии опорно-двигательного аппарата (по О.Г. Приходько и И.Ю. Левченко):

I Заболевания нервной системы:

– детский церебральный паралич (ДЦП), – полиомиелит.

II Врожденная патология опорно-двигательного аппарата:

– врожденный вывих бедра,

– кривошея,

– косолапость и другие деформации стоп,

– аномалии развития позвоночника (сколиоз),

– недоразвитие и дефекты конечностей,

– аномалии развития пальцев кисти,

– артрогрипоз (врожденное уродство).

III Приобретенные заболевания и повреждения опорно-двигательного аппарата:

– травматические повреждения спинного мозга, головного мозга и конечностей,

– полиартрит,

– заболевания скелета (туберкулез, опухоли костей, остеомиелит),

– системные заболевания скелета (хондродистрофия, рахит).

Многообразие отклонений в области двигательной сферы порождает наличие сходной коммуникативной, психологической, педагогической и внутриличностной проблематики в общении и обучении. Ведущим в клинической картине является двигательный дефект (задержка формирования, недоразвитие, нарушение или утрата двигательных функций).

**Вопросы для самоконтроля**

1Международные правовые документы в области образования и

социальной защиты людей с инвалидностью.

2 Характеристика нозологических групп студентов с инвалидностью

3Лица с инвалидностью с нарушениями зрения**.**

4 Лица с инвалидностью с нарушениями слуха.

5 Лица с инвалидностью с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

**Литература:** [5, с.73-119],[10, с. 10-35], [9, с.38-54].

**Тема 10** **Формы, методы, технологии самопрезентации**

**Самопрезентация**

**Положительный имидж**

Как утверждают специалисты, в настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между теми или другими товарами (фирмами), а между их имиджами. При общении с представителями фирмы, знакомстве с ее товарами, услугами в восприятии партнеров, хотим мы этого или не хотим, складывается определенный образ. Если участнику деловой коммуникации не удается так преподнести себя, чтобы сформировать у партнера положительный и престижный образ, рассчитывать на успех не приходится.

Наш образ – это наш портрет, который мы показываем окружающим. Он должен работать на нас, а не против нас, должен правдиво отображать лучшие качества и быть при этом простым и искренним. В большинстве своем мы не можем оценивать себя объективно. Кроме того, то, что мы считаем важным в своей внешности, порой остается незамеченным другими людьми, в то время как редко видимые нами детали, к примеру выражение лица и язык тела, становятся источниками своеобразных сигналов, которые принимаются и оцениваются нашими деловыми партнерами.

Деловой человек (юрист, менеджер, релайтер и др.) для того, чтобы произвести в процессе коммуникаций "первое хорошее впечатление", должен совершенно сознательно использовать: свой внешний вид, свой голос и речь, глаза и зрительный контакт.

**Анализ своих целей**

Деловому партнеру приходится поддерживать свой имидж всю профессиональную жизнь. Даже если вы достигли основных целей, связанных с карьерой, вам постоянно придется заниматься самопрезентацией, чтобы оставаться конкурентоспособной личностью. Поэтому важно знать, чего и где еще вы хотите достичь? Амбициозны ли вы? Что для вас важно в жизни? Как вы хотите выглядеть в глазах других людей? Какое хотите производить впечатление в конкретной ситуации при взаимодействии с теми или иными партнерами? Что влияет на их ожидания и их благожелательное отношение к вам? Известный психолог Карл Юнг считал, что о человеке судят по личине, которую каждый из нас надевает, для того чтобы соответствовать требованиям общества. Многие тратят усилия на то, чтобы отшлифовать фасад, внешний образ, публичный имидж и таким образом продемонстрировать тот или иной стиль.

Однако стиль, как правило, обусловлен внутренним содержанием личности человека. Каждая грань личности человека формируется под влиянием того, какие поступки совершают окружающие его люди, как они одеваются, как ходят, говорят, слушают. При определенных обстоятельствах в деловой коммуникации такая информация может быть весьма полезной, и она становится более значимой, если от нее зависит достижение ваших личных целей.

Попробуйте провести анализ своих целей:

* стратегических, например, на ближайшие пять лет;
* целей на близкую перспективу, например, на этот год;
* целей по типу – здесь и сейчас.

Определяя цели, мы концентрируем на них свое внимание и задумываемся над тем, что нужно сделать, чтобы их достичь.

**Как проанализировать свой «товар»**

Будучи постоянно вовлеченными в межличностные отношения с другими людьми, вы должны сделать все от вас зависящее, чтобы достичь собственного успеха. Для начала постарайтесь разобраться в себе, определить свои сильные и слабые стороны.

Для самопрезентации важно также помнить о своих достижениях, и потенциальных способностях и возможностях, укреплять уверенность в собственных силах. Преуспевающий деловой человек должен выглядеть как преуспевающий деловой человек. Задавались ли вы когда-нибудь вопросом: "Что говорит мое появление, мой облик тому, с кем я встречаюсь?" Ведь не зря говорят: "Как придешь, так и прослывешь". Известно, что в бизнес-практике особое внимание уделяется такой личностной характеристике, как способность вызывать доверие. Внушаете ли вы доверие и в какой степени? Все это не праздные вопросы. Люди доверяют своей интуиции и глазам: что видят, то и оценивают.

В течение нескольких секунд наше подсознание делает выводы об общественном положении и личностных особенностях человека. Наше дальнейшее отношение к человеку зачастую связано именно с первым впечатлением, и если оно негативное, то во многих случаях отношения или не складываются вообще или пронизаны неприязнью, антипатией. Обманчиво первое впечатление или нет, деловой человек должен сделать все, чтобы понравиться своему деловому партнеру с первого взгляда.

**Приемы установления контакта**

Контакт – это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта с партнером при самопрезентации специалисты по проблемам общения рекомендуют следующие приемы:

− улыбка, доброжелательный взгляд;

− приветствие, включающее рукопожатие и слова;

− обращение к партнеру по имени и отчеству, с этой целью – представление, знакомство, обмен визитными карточками;

− проявление дружеского расположения, использование для этого шутки, юмора, комплиментов, видимого участия;

− подчеркивание значимости партнера, фирмы, которую он представляет, проявление уважения к нему, демонстрируемое словами, мимикой, жестами, позой, организацией пространственной среды;

− подчеркивание общности с партнером, поиск взаимных интересов, выяснение позиций, мнений, связанных с актуальными событиями;

− предоставление партнеру возможности почувствовать свое превосходство над вами.

**Знакомство**

В деловой среде принято такое начало знакомства:

− "Разрешите (позвольте) с вами познакомиться!"

− "Позвольте представиться!" Называются фамилия, имя, отчество. Называются профессия, должность, место работы (в зависимости от ситуации общения).

Если знакомство предваряет деловые контакты, в которых говорящий уполномочен представлять определенную организацию, следует добавление:

− Я представляю фирму...

− Я уполномочен вести переговоры от имени...

Как правило, деловое знакомство предполагает обмен визитными карточками:

− Позвольте вручить вам мою визитную карточку.

− Мои "координаты" указаны в визитной карточке.

В ответной реплике важно подчеркнуть удовлетворенность по поводу состоявшегося знакомства:

− Очень приятно!

− Очень рад!

− Очень рад с вами познакомиться (возможно добавление имениотчества нового знакомого), или:

Мне очень приятно, что мы познакомились...

После приветствия или знакомства целесообразно задать вопросы о делах, о здоровье, о каком-то событии.

У деловых людей иногда возникают сомнения по поводу того, сколько вопросов необходимо задать или насколько подробными могут быть ответы. В деловом общении партнеру сообщается такое количество информации, которое необходимо для данной цели общения. В условиях самопрезентации партнер демонстрирует столько знаков внимания, сколько уместно в конкретной ситуации (беседа по проблеме или беседа-найм). Более уместны ответы краткие и нейтральные, например, на вопрос "Как дела?" следуют ответы: "Не могу пожаловаться", "Нормально". В ответ нужно задать один-два аналогичных вопроса.

**Деловая одежда**

Известные слова "По одежке встречают..." актуальны и сегодня. На 90% то, как вас воспринимает клиент, коллега, относится к одежде. Выбирая одежду на каждый день, мы демонстрируем свой вкус, индивидуальность и отношение к остальному человечеству. Одеваясь так же, как другие, мы показываем, к какой "общности людей" себя относим. Решив одеться индивидуально, мы порой не вписываемся в общепринятые нормы. Некоторые цвета и рисунки тканей, блестящий металл в украшениях и оправах очков, грим ярких тонов вызывают нежелательный эффект, называемый визуальной вибрацией. Эту особенность следует учитывать, если вы идете на самопрезентацию. Важно также продемонстрировать ухоженность. Волосы, руки и запах составляют немаловажную часть вашего общего образа.

**Уверенность в себе**

Уверенность в себе несомненно способствует успеху самопрезентации, ибо неуверенный в себе человек все подвергает сомнению, прежде чем что-то сказать, сомневается в своих возможностях, долго думает.

Уверенность приходит не сразу, нужны долгие годы и множество успешных ситуаций. Совершенно очевидно при этом, что уверенность усиливается, когда вы чувствуете себя профессионально компетентным, занимаетесь делом, адекватным вашим возможностям и интересам, четко знаете свои цели, намерения, планируете их реализацию. В жестком деловом мире рассчитывать на поддержку деловых партнеров не приходится, они готовы с вами лишь конкурировать, поэтому нужен постоянный самоконтроль.

**Если вы “закрыты” для других**

Типичные признаки человека, который "закрыт" для других:

− он испытывает страх, нерешителен, ему недостает веры в свои силы;

− он пессимист, отличается недоверчивостью, рассчитывает только на плохое;

− он эгоист, думает только о себе и своей выгоде;

− он редко смеется и проявляет свою радость, редко говорит "спасибо";

− он часто отказывается, чаще говорит "нет", чем "да";

− о себе он говорит, что работа приводит его в стрессовое состояние, что у него практически нет свободного времени;

− он ругается, брюзжит, выказывает себя умником;

− он слишком много говорит о себе и слишком мало слушает других;

− он часто действует суетливо, нервозно, с раздражением;

− для снятия напряжения он выкуривает пачку, другую сигарет;

− он распространяет вокруг себя недружелюбную, гнетущую атмосферу;

− он действует "против".

Если деловой человек вынужден признать, что-то или иное перечисленное качество наблюдается у него иногда или часто, то он должен изменить свое поведение, так как в противном случае у него вряд ли будет шанс достичь успеха. Чтобы другие пошли вам навстречу, приняли вас, нужно сначала открыться для них.

**Если вы “открыты” для других**

"Открытый" деловой человек не боится людей и уж вовсе не испытывает страх перед своим начальником, коллегами, деловыми партнерами.

Человек "открыт", если:

− он уверен в себе, знает свои цели и знает, чего хочет;

− он неисправимый оптимист, он ищет и видит в других прежде всего хорошее;

− он сначала думает о клиенте, потом о фирме, потом о себе;

− он – жизнерадостный, веселый человек, он благодарен за каждый день, который дарован ему, и за множество мыслей и дел окружающих его людей, которые помогают ему добиваться его целей;

− он с пониманием относится к другим, он чаще говорит "да", чем "нет";

− он не предъявляет чрезмерных требований к себе и не позволяет это делать другим, у него хватает времени на все его проекты и замыслы;

− он не бранится и не брюзжит, он внимательно слушает собеседника и старается как можно большему научиться у других людей;

− в суете дней он производит впечатление "скалы в море", при этом проявляет дружелюбие и всегда готов прийти на помощь;

− он умеет снять напряжение, не нанося ущерба здоровью;

− от него исходит доброта и внутреннее ясное спокойствие;

− он позитивный, респектабельный, оптимальный.

**Позитивный тип делового партнера**

Деловой человек позитивного типа воспринимает жизнь главным образом положительно. Проблемы он рассматривает как возможность совершенствовать свою личность, достигать зрелости. Его наполняет радостью то, что он успешно справляется с поставленными перед ним задачами. Он стремится быть симпатичным людям. Позитивные деловые партнеры любят окружающих их людей и радуются любой возможности пообщаться с ними. Они считают себя помощниками и посредниками, оказывающими услуги клиентам и партнерам.

**Респектабельный тип делового партнера**

Деловой человек респектабельного типа пользуется у окружающих его людей любовью и уважением. Его ценят начальники, партнеры, коллеги, клиенты. Его профессиональные знания и умения постоянно совершенствуются, так как он знает, что должен предлагать окружающим самое лучшее, самое инновационное. Воздействие респектабельного делового партнера базируется на его человечности, общей эрудиции, соответствующей современному уровню знаний, и на чувстве справедливости.

**Оптимально настроенный тип делового партнера**

Деловой человек, оптимально настроенный, эффективно организует свои действия, планирует свою работу, хорошо выполняет поставленные перед ним задачи, делает все по возможности быстро. Такие люди живут сознательно и целеустремленно. Они систематически анализируют свои жизненные цели и согласовывают их со своим партнером, начальником, членами семьи. Они рационально организуют свой рабочий день и тем самым положительно влияют на свою жизнь. Кто открыт для других, не должен бояться, что его знания и умения не будут востребованы и оценены. Излучающего спокойствие, уверенного в себе, открытого человека принимают в любых деловых кругах, адекватно оценивают и хорошо воспринимают, более того – к нему прислушиваются, его советам следуют.

**Вопросы для самоконтроля:**

1 Зачем нужна самопрезентация?

2 Как осуществить анализ личных целей?

3 Что значит проанализировать свой товар?

4 Какие эффективные приемы установления контакта вы знаете?

5 Как осуществить знакомство? Как представиться?

6 Какое значение для самопрезентации имеет одежда?

7 Как срабатывает на успех уверенность в себе?

8 Каковы признаки человека, закрытого для других?

9 Каковы преимущества человека, открытого для других?

10 Каковы характеристики позитивного типа делового партнера?

11 Чем отличается респектабельный тип делового партнера?

12 Чем отличается оптимально настроенный тип делового партнера?

**Литература:** [5, с.73-119],[10, с. 10-35], [9, с.38-54].

**Тема 11** **Конструирование цели жизни. Технология превращения мечты в цель**

**Конструирование образа «Я» для плодотворной и успешной жизни**

Каждый из нас несет в себе образ «Я». Никто не может действовать иначе, в противовес своему внутреннему образу. Образ «Я» определяет и рамки наших возможностей – то, что вы в состоянии или не в состоянии сделать. Все ваши действия, чувства, поступки (даже способности) всегда согласуются с этим образом Я. В результате образ «Я» становится ключом к вашим личным качествам и поведению. Образ «Я» может быть создан или изменен. Вы можете себя в буквальном смысле слова «переконструировать». Начните прямо сегодня.

Поступаем всегда так, как мы видим себя внутренне, сознательно или неосознанно.

Но этим дело не ограничивается. Образ «Я» определяет и рамки наших возможностей – то, что вы в состоянии или не в состоянии сделать. Все ваши действия, чувства, поступки (даже способности) всегда согласуются с этим образом Я.

В результате образ «Я» становится ключом к личным качествам и поведению.

Каждый всегда будете «действовать подобно» той личности, с которой, по вашему убеждению, отождествляетесь. Человек, вообразивший себя «типичным неудачником» и искренне поверивший в свою несчастную судьбу, всегда найдет способ (и причину) провалить дело, даже при наличии благоприятной возможности добиться успеха. Лицо, уверовавшее в то, что является жертвой несправедливости, что ему «самой судьбой предопределено страдать», непременно обнаружит доказательства, подтверждающие подобную точку зрения. И наоборот, человек, воспринимающий себя удачным и успешным, так будет проявлять себя в реальной жизни.

**Образ «Я» – это общий знаменатель**, определяющий фактор всех жизненных движений, завершившихся как успехами, так и неудачами. Весь секрет успешной, т.е. удовлетворяющей вас жизни сводится по сути к следующему условию:
*необходимо иметь то представление о себе, с которым вы можете достойно жить.*  Нужно проникнуться здоровым уважением к самому себе, найти образ Я, который для вас приемлем, которому вы можете доверять и который вы в состоянии без всякого стеснения творчески развивать. Образ «Я» должен соответствовать реальностям, чтобы позволить вам функционировать в реальном мире.

Если представление о себе целостно и прочно, то будете чувствовать себя уютно и спокойно, в противном случае станете ощущать тревогу и беспокойство. Если образ соответствует действительности и может быть предметом гордости, то у появится устойчивое ощущение уверенности в своих силах, и вы без особого труда будете самим собой, найдете повод для самовыражения, станете функционировать в оптимальном для себя режиме.

Обычно все склонны рассматривать себя как «застывшую скульптуру» – цельный, неизменный материальный объект, в то время как на самом деле мы гораздо больше похожи на реки, постоянно изменяющиеся, текучие образцы интеллекта. Греческий философ Гераклит провозгласил: «Нельзя вступить в одну и ту же реку дважды, ибо во второй раз входящего омоют уже новые воды». То же самое верно и для каждого из вас. Вы изменяетесь. Не осознавая этого, вы постоянно, каждый день вновь и вновь творите себя. Это значит, что каждую минуту в вас происходит процесс рождения и умирания. Вы постоянно создаете себя, поэтому никогда не поздно начать творить себя по собственному сценарию, вместо тех, которые, как мы ошибочно считаем, даны нам судьбой раз и навсегда.

**Практические приемы переконструирования образа «Я»**

Образ «Я» может быть создан или изменен посредством сознательной концентрации, самовнушения, медитации. Вы можете себя в буквальном смысле слова «переконструировать». Вы можете превратиться из неудачника в удачливого человека, из подавленного в радостного, из пессимистичного в деятельного. Таким образом, из того, что вы прежде считали негативным, вы можете сделать положительное. Проникнитесь этой возможностью и начните изменения. Начните прямо сегодня. Потому что сегодняшний день – первый в оставшейся части вашей жизни. Поэтому не нужно больше тянуть, надо сразу же начинать работать над своим собственным образом.

Но как и с чего начать? Для того чтобы действительно познать себя, недостаточно составить опись элементов, образующих ваше сознательное существо. Необходимо также предпринять исследование обширных областей тихо властвующих над вами сил бессознательного. Этого можно достичь с помощью **метода самопогружения.**

Выберите тихое, спокойное место, где вы сможете остаться наедине с собой и где вас никто не потревожит. Необходимым условием для самопогружения является *чувство комфорта и естественности.*Сядьте удобно. Ваше тело должно быть уравновешено относительно центра тяжести и сбалансировано. Перенесите мысли из внешнего мира во внутренний. Для этого прикройте глаза, «втяните» взгляд внутрь и начинайте «наблюдать» за дыханием. Техника этого наблюдения такова: когда вы вдыхаете, вдыхайте сознательно. Пусть ваше сознание течет вместе с входящим дыханием. Когда вы выдыхаете, пусть ваше сознание течет вместе с выдохом. Следуйте за своим дыханием. Пусть ваше внимание будет сосредоточено на дыхании. Вы должны «течь» вместе с ним. Когда вы сознательно вдыхаете и выдыхаете, мало-помалу вы подходите к своему центру, потому что дыхание затрагивает самый центр вашего существа.

Дышите ровно и спокойно, дышите так, как вам удобно. Наблюдение за дыханием обостряет восприятие тонких ощущений, идущих изнутри, вызываемых потоком неосознаваемых мыслеформ. В этом состоянии представьте себе любой приятный для вас ландшафт и направьте себя туда, как будто это является теперь действительностью. Такой прием построения близких к реальности образов называется визуализацией. Наблюдайте себя там, рассматривайте как бы со стороны: внимательно, доброжелательно, но критически, замечая при этом слабые места, а также сильные стороны и положительные элементы.

Вы занимаете по отношению к себе позицию стороннего наблюдателя, устанавливаете «психологическую дистанцию», обеспечивающую вам невовлеченность, а, следовательно, возможность наблюдать не ощущая воздействия. Дистанция оказывает услугу, без нее не может быть объективного наблюдения. Даже в физическом мире, чтобы что-то увидеть, нужно выдержать оптимальное расстояние. Стоя вплотную к зеркалу, невозможно увидеть свое отражение. Необходима дистанция. Многие считают, что разотождествление получается лучше, если представить, что сидишь перед большим экраном и смотришь кинофильм, героем которого являешься сам.

Следующий шаг – **конструирование нужного Вам образа «Я».** Эта работа основывается на понимании того, что нейтральных образов нет и все образы обладают определенной движущей силой.

Ваше представление о себе может как способствовать, так и препятствовать вашему движению к успеху. Ясно представляя свои возможности, вы делаете их действительными, способствуя тем самым осуществлению своего замысла, полнокровному воплощению своего «Я».

Для конструирования нужного вам образа в состоянии самопогружения **максимально четко представьте то, чего хотите достичь на данном этапе саморазвития:**представьте идеальную модель того, кем вы действительно можете стать.

Для начала лучше работать с идеальными моделями каких-то качеств, таких, как любовь, стойкость, уверенность, оптимизм, радость и т. п. Упражнение состоит из четырех шагов:

1. Выберите качество, которое, как вы чувствуете, в настоящее время будет способствовать осуществлению постепенно раскрывающегося замысла вашей жизни, например: уверенность, спокойствие, доброжелательность.
2. Теперь представьте, какими бы вы были, если бы обладали этим качеством во всей его полноте. Позвольте этому образу себя сформировать во всех деталях. Посмотрите, как это качество проявляется в его взоре, положении тела, выражении лица, манере одеваться, ходить, разговаривать. Несколько мгновений удерживайте в уме этот образ, призывая его все полнее проявлять выбранное вами качество.
3. Представьте, что вы входите в этот образ и образуете с ним одно целое, как если бы оделись в новую одежду. Слившись с ним, почувствуйте, что выражаемое им качество стало частью вас. Представьте, как ощущается полнота обладания этим качеством. Почувствуйте, что оно наполняет ваше тело. Почувствуйте, что оно проникло в каждую клетку, что оно течет по жилам, пропитывает все ваше тело. Представьте, что это качество пронизывает ваши чувства, образ мыслей и движущие вами мотивы.
4. Наконец, представьте себя в одной или нескольких ситуациях повседневной жизни, проявляя это качество больше обычного. Подробно представляйте, как разворачиваются эти ситуации. Представьте, что вы уже действуете, чувствуете так, как вам хотелось бы, что вы уже «стали» тем, кем стремитесь быть.

*Для достижения результата важно представить себе, что возможности его достижения уже существуют.* Мысленная картина возможности осуществления цели должна быть настолько ясной и живой, чтобы стать реальной для вашей нервной системы. Причем столь реальной, чтобы вызвать те же самые чувства, которые вы испытали бы, если бы цель в самом деле была реализована.

В этом нет ничего трудного или мистического, как может показаться на первый взгляд. Неопровержимо доказано, что нервная система человека не в состоянии отличить фактическую ситуацию от ситуации, созданной ярко и в деталях нашим воображением. Она реагирует автоматически на информацию, поступающую из головного мозга, и то, что вы думаете или воображаете, для нее – подлинно. В соответствии с данной закономерностью известное высказывание Декарта: «Я мыслю, следовательно, я существую», может звучать следующим образом: «Как я мыслю, так и существую».

Когда ваши глаза открыты, вы зрительно воспринимаете окружающий мир. Вы видите вещи в комнате, людей, пейзаж за окном. Все, что вы видите, – реально и существует вне вашего сознания.

Победители видят победу заранее, будущая победа для них реальна. Победители знают: «Что человек видит, тем он и будет».

Поэтому, если вы постоянно думаете о желанной цели, рисуете ее мысленно так же живо и ярко и думаете о ней, как о свершившемся факте, то у вас обязательно возникнет специфическое чувство успеха, включающее уверенность в собственных силах, смелость и веру в благополучный исход дела.

Понимание того, что ваши действия, чувства и поведение есть результат ваших представлений и убеждений, дает вам в руки мощный рычаг, в котором психология всегда нуждалась для изменения свойств личности. Это понимание открывает вам новый путь к мастерству, успеху и счастью.

Мысленные образы позволяют вам «практиковать» новые отношения с людьми и черты характера, что иначе было бы недостижимо. Когда вы представляете себя совершающим нечто каким-то особым способом, это почти то же самое, что и фактическое исполнение. Мысленная практика помогает достигать совершенства. Хотя реальную жизнь нельзя заранее разучить подобно какой-нибудь пьесе, приобретенные в результате мысленной практики навыки позволят вам импровизировать, быстро реагировать на любые обстоятельства, потому что вы уже натренированы реагировать таким образом.

**Вопросы для самоконтроля**

1 Конструирование образа «Я» для плодотворной и успешной жизни.

2 Приемы переконструирования образа «Я».

3 Методы самопогружения.

4 Конструирование нового образа «Я».

**Литература:** [5, с.73-119],[10, с. 10-35], [9, с.38-54].

 **4 Вопросы для подготовки к зачету**

1 Сущность коммуникации в разных социальных сферах.

2 Законы и категории теории коммуникации.

3 История развития коммуникации в социуме.

4 Понятие "общение", "коммуникация", "ре­чевая деятельность".

5 Теории массовой коммуникации.

6 Понятие деловой этики.

7 Формирование вербального имиджа.

8 Профессиональная этика, как система моральных принципов.

# 9 Деловая этика, психология бизнес-общения: принципы, особенности, виды коммуникации.

## 10 Особенности и принципы делового этикета.

11 Профессионально-нравственный климат организации.

12 Основные типы делового общения.

13 Понятие, структура и средства общения. Средства общения.

14 Структура общения.

15 Стороны и функции общения.

16 Речь в социальном взаимодействии.

17 Особенности речевого поведения в социально ориентированном общении.

18 Виды и типы общения. Формы общения.

19 Специфика вербальной и невербальной коммуникации.

20 Невербальные способы общения.

21 Эффективное общение. Формы речевой коммуникации.

22 Психология воздействия в общении. Методы психологического воздействия.

23 Коммуникация и влияние на общественность.

24 Логика, этика и эстетика публичного выступления .

25 Организация выступления. Язык выступления.

26 Основные коммуникативные барьеры и пути их преодоления в межличностном общении.

# 27 Типы и причины конфликтов в деловом общении.

# 28 Стиль поведения в конфликтных ситуациях.

29 Способы психологической защиты. История развития.

### 30 Классификация защитных механизмов.

31 Международные правовые документы в области образования и

социальной защиты людей с инвалидностью.

32 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями зрения.

33 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями слуха.

34 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

35 Формы, методы, технологии самопрезентации.

36 Приемы установления контакта.

37 Характеристика позитивного типа делового партнера.

### 38 Конструирование цели жизни.

39 Технология превращения мечты в цель.

### 40 Методы самопогружения.

**Варианты контрольных работ**

**Вариант 1**

1Сущность коммуникации в разных социальных сферах.

2 Методы самопогружения.

3 Опишите ситуацию: Сотрудник взволнованно рассказывает о конфликтной ситуации, которая представляет для вас интерес. Как его нужно слушать?

 **Вариант 2**

1 Законы и категории теории коммуникации.

2 Технология превращения мечты в цель.

3 Проанализируйте по приведенным примерам влияние на слушателя одновременно слов и жестов. Какие выводы можно сделать в описанных ситуациях? Как вы считаете, на какую информацию надо полагаться в случае явного расхождения вербальной и невербальной информации?

1 З.Фрейд, беседуя с пациенткой о том, как она счастлива в браке, заметил, что она бессознательно снимала с пальца и надевала обручальное кольцо.

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

**Вариант 3**

1История развития коммуникации в социуме.

2 Конструирование цели жизни.

3 Выполните задание: Вспомните примеры манипуляций, с которыми, возможно, вам пришлось столкнуться раньше. Удалось ли вам избежать участи жертвы манипулирования? Если да, то как? Если нет, то, что вы предполагаете предпринять если столкнетесь?

**Вариант 4**

1Понятие "общение", "коммуникация", "ре­чевая деятельность".

2 Характеристика позитивного типа делового партнера.

3 Придумайте и опишите различные ситуации манипулятивного общения, например: вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это молодая симпатичная девушка.

**Вариант 5**

1 Теории массовой коммуникации.

2 Приемы установления контакта.

3 Опишите ситуацию: Вам нужно найти способ вынудить другого сделать то, что ему не по душе, а ему – найти способ отказать «нахалу». Пример просьбы: Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 50 долларов? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам.

**Вариант 6**

1Понятие деловой этики.

2 Формы, методы, технологии самопрезентации.

3 Опишите беседу или свою речь: Подчиненный вам работник, талантливый специалист творческого типа, в возрасте, обладает статусом и личностными достижениями, пользуется большой популярностью у деловых партнеров, решает любые проблемы и великолепно взаимодействует. Вместе с тем, у вас не сложились отношения с этим работником. Он не воспринимает вас как руководителя, ведет себя достаточно самоуверенно и амбициозно. В его работе вы нашли некоторые недочеты и решили высказать ему критические замечания, однако ваш предыдущий опыт свидетельствует о его негативной реакции на критику: он становится раздражительным и настороженным. Как вести себя?

**Вариант 7**

1Формирование вербального имиджа.

2 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

3 Опишите ситуацию: Вслед за кратким выговором вы сказали работнику несколько приятных слов. Наблюдая за партнером вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете?

**Вариант 8**

1 Профессиональная этика, как система моральных принципов.

### 2 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями слуха.

3 Опишите ситуацию: Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчиненных, критикуете ее работу и спрашиваете, почему она так поступает, она 38 отделывается молчанием. Вам это неприятно, вы не знаете толком, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

**Вариант 9**

# 1Деловая этика, психология бизнес-общения: принципы, особенности, виды коммуникации.

2 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями зрения.

3 Опишите ситуацию: Вы критикуете одну свою служащую, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась. Как добиться того, чтобы довести до нее свои соображения?

**Вариант 10**

## 1 Особенности и принципы делового этикета.

2 Международные правовые документы в области образования и

социальной защиты людей с инвалидностью.

3 Опишите ситуацию: У вас есть несколько подчиненных, которые совершают немотивированные действия. Вы видите их постоянно вместе, при этом вам кажется, что вы знаете, кто у них неформальный лидер. Вам нужно заставить их хорошо работать, а не устраивать «тусовки» прямо на рабочем месте. Вы не знаете, какой интерес их объединяет. Что вы предпримете для изменения ситуации и улучшения работы?

**Вариант 11**

1 Профессионально-нравственный климат организации.

2 Классификация защитных механизмов.

3 Опишите ситуацию: Вы приняли на работу молодого способного специалиста, только окончившего престижный институт. Он отлично справляется с работой. Уже закончил несколько проектов, и клиенты им очень довольны. Вместе с тем он резок и заносчив в общении с другими работниками, особенно с обслуживающим персоналом. Вы каждый день получаете такого рода сигналы, а сегодня поступило письменное заявление по поводу его грубости. Какие замечания и каким образом необходимо сделать молодому специалисту, чтобы изменить его стиль общения в коллективе?

**Вариант 12**

1 Основные типы делового общения.

2 Способы психологической защиты. История развития.

3 Опишите ситуацию: Во время делового взаимодействия с вами ваш сотрудник «вышел из себя», не принимая ваших замечаний по поводу очередного рекламного проекта. Вы не можете позволить подчиненному так себя вести. Ведь это подрывает ваш авторитет. Что вы предпримете?

Вариант 13

1 Понятие, структура и средства общения. Средства общения.

# 2 Стиль поведения в конфликтных ситуациях.

3 Опишите ситуацию: Ваш заместитель, очень опытный специалист, он действительно знает работу как «свои пять пальцев», практически он незаменим, когда он рядом, вы уверены, что все будет хорошо. Однако вы знаете, что он бесчувственный человек и никакие «человеческие» проблемы его не интересуют. От этого в коллективе последнее время стало тревожно, некоторые коллеги собираются подать заявление об уходе, так как он их обидел. Вы пытались в неформальной беседе с ним это обсудить, но он даже не понимает, о чем вы говорите, его интересует только план и прибыль. Как нужно воздействовать на своего заместителя, чтобы изменить стиль его взаимодействия с персоналом? Что вы предпримете?

**Вариант 14**

1 Структура общения.

2 Типы и причины конфликтов в деловом общении.

3 Выполните задание: Эвфемизмы – мягкие эквиваленты достаточно резких слов или выражений, которые предпочтительно завуалировать, например, вместо «он умер» – «он ушел из жизни», «бедный» – «нуждающийся», «старый человек» – «человек преклонного возраста» и т.п. Придумайте не менее 10 слов, неприятных для партнера, и подберите к ним эвфемизмы.

**Вариант 15**

1 Стороны и функции общения.

2 Основные коммуникативные барьеры и пути их преодоления в межличностном общении.

3 Опишите: В чем особенности вашего имиджа? Насколько он приемлем в деловом мире? Подумайте, что нужно сделать, чтобы ваш имидж способствовал успеху в деловом мире: как улучшить внешнее впечатление; какие деловые качества нужно приобрести, какие усовершенствовать, от каких недостатков характера необходимо избавиться.

**Вариант 16**

1 Речь в социальном взаимодействии.

2 Организация выступления. Язык выступления.

3 Используя психологические доводы и приемы, постарайтесь убедить (письменно): Бросить курить: а) восьмиклассника; б) тридцатилетнюю женщину.

**Вариант 17**

1 Особенности речевого поведения в социально ориентированном общении.

2 Логика, этика и эстетика публичного выступления.

3 Опишите ситуацию: Вам необходимо напомнить о себе клиенту после продолжительного перерыва. Как вы построите беседу? Как беседа (лично или по телефону) будет зависеть от типа партнера? Приведите две-три различные ситуации.

**Вариант 18**

1 Виды и типы общения. Формы общения.

2 Коммуникация и влияние на общественность.

3 Опишите ситуацию: Вы менеджер рекламного агентства. Обещали клиенту срочное выполнение заказа. Вам надо убедить уложиться в эти сроки дизайнера или бригадира, которые на данный момент очень перегружены.

**Вариант 19**

1 Специфика вербальной и невербальной коммуникации.

2 Психология воздействия в общении. Методы психологического воздействия.

3 Опишите ситуацию: Вам необходимо убедить клиента разместить заказ именно в вашем рекламном агентстве. Вы знаете потребности клиента, но есть определенные сложности: ваши услуги дороже, чем у конкурентов.

**Вариант 20**

1 Невербальные способы общения.

2 Технология превращения мечты в цель.

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

**Вариант 21**

1 Формы, методы, технологии самопрезентации.

2 Эффективное общение. Формы речевой коммуникации.

3 Выполните задание: Составьте текст поздравительного письма, адресованного директору фирмы, и сравните с поздравительными текстами, которые вы обычно адресуете своим близким.

**Вариант 22**

### 1 Классификация защитных механизмов.

2 История развития коммуникации в социуме.

3 Выполните задание: Попробуйте проверить каким (какой) вы видите себя? Перечислите навыки, способности, знания, компетентность и личностные качества, которые описывают, каким (какой) вы видите себя. Формируя этот перечень, попытайтесь закончить предложения: «У меня есть навыки в …», «У меня способности к …», «Я много знаю о …», «Одна часть моей индивидуальности – это то, что я…».

**Вариант 23**

# 1 Типы и причины конфликтов в деловом общении.

2 Теории массовой коммуникации.

3 Опишите ситуацию: Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т. д. Что Вы предпримите для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?

**Вариант 24**

1 Специфика коммуникации и обучения лиц с инвалидностью с нарушениями зрения.

2 Формирование вербального имиджа.

3 Опишите ситуацию: Вы ведете переговоры, и Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Как Вы поведете себя в целях решения проблемы?

**Вариант 25**

1Организация выступления. Язык выступления.

## 2 Особенности и принципы делового этикета.

3 Опишите ситуацию: Вас недавно назначили руководителем трудового коллектива, в котором Вы несколько лет были рядовым сотрудником. На 8 часов 15 минут Вы вызвали к себе в кабинет подчиненного для выяснения причин его частых опозданий на работу, но сами неожиданно опоздали на 15 минут. Подчиненный же пришел вовремя и ждет Вас. Как Вы построите беседу при встрече с ним?

**Список рекомендуемых источников**

1 Аминов И. И. Психология делового общения: учеб. пособие / И. И. Аминов. – М.: «Омега-Л», 2019. – 304с.

2 Анцупов А. Я. Конфликтология в схемах и комментариях : уч. пособие / А. Я. Анцупов, С. В. Баклановский. – СПб. : Питер, 2018.

3 Бороздина Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 224 с.

 4 Волков Е. Н. Необходимость конфликта (Конфликт – проблема – человек) [Электронный ресурс]. – Режим доступа http: // evolkov.net /conflict/ Volkov.E /Volkov.E. ConflProbl.Man.html

5 Горанчук В. В. Психология делового общения и управленческих воздействий / В. В. Горанчук. – СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2018.

6 Горянина В. А. Психология общения: учеб. пособие / В. А. Горянина. – М.: «Академия», 2017.

7 Дорошенко В. Ю. Психология и этика делового общения / В. Ю. Дорошенко, Л. И. Зотова, В. Н. Лавриненко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 2017. – 279 с.

8 Занковский А. Н. Психология деловых отношений : учеб.- метод. комплекс / А. Н. Занковский. – М.: Изд. центр ЕОАИ, 2018. – 384 с.

9 Зельдович Б. З. Деловое общение: учеб. пособие / Б. З. Зельдович. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2017. – 456 с.

10 Колесников Н. П. Культура речи / Н. П. Колесников, Л. А. Введенская. – Ростов н/Д: Феникс, 2019. – 448 с.

11 Кузин Ф. А. Культура делового общения : практ. пособие / Ф. А. Кузин.– 6-е изд., перераб. и доп.– М.: Ось-89, 2018. – 320 с.

12 Кузнецов И. Н. Деловая этика и деловой этикет / И. Н. Кузнецов. – Ростов н/Д: Феникс, 2017.

13 Леонтьев А. А. Психология общения: учеб. пособие / А. А. Леонтьев. – М.: «Академия», 2018.

14 Мальханова И. А. Деловое общение: учеб. пособие /И. А. Мальханова. – 5-е изд. – М.: Академический проект: Трикста, 2018.

15 Попова Л. Л. Современные технологии общения: учеб. пособие / Л. Л. Попова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2019. – 87 с.

16 Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления: учебник / Л. Д. Столяренко. – Ростов н/Д: Феникс, 2019. – 416 с.

17. Скаженик Е. Н. Практикум по деловому общению / Е. Н. Скаженик. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2019. – 99 с.

*Интернет-ресурсы:*

1 Academia [Электронный ресурс]: Издательский центр «Академия». [www.acade-mia-moscow.ru](http://www.academia-moscow.ru/).

2 Школьный психолог [Электронный ресурс]. URL: http://psy.1september.ru .