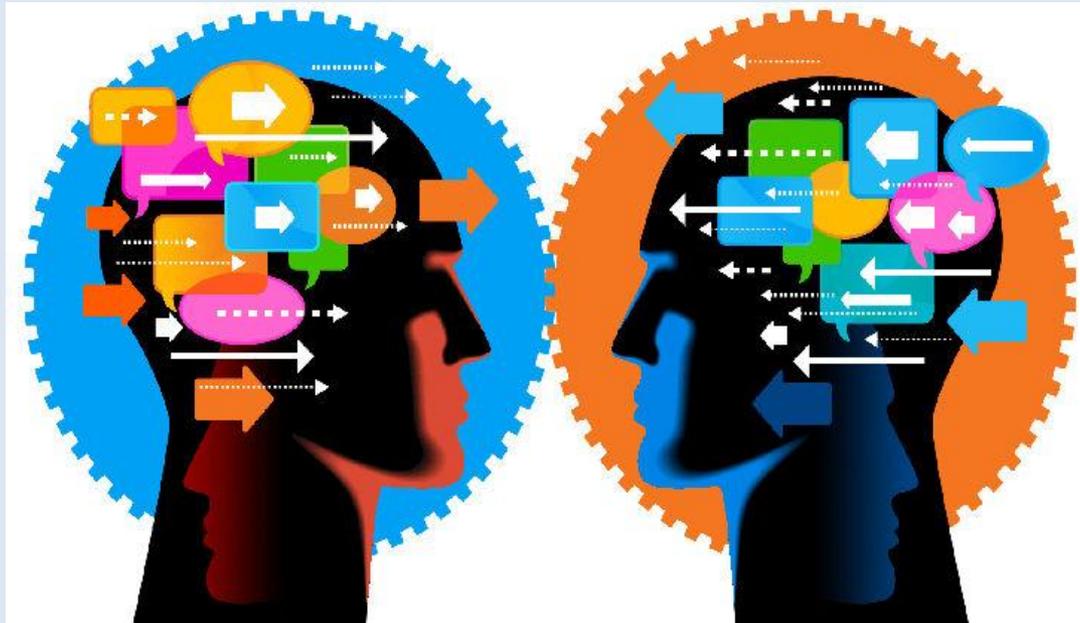


ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕНИЯ



Вопрос 1.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ



1) Общение – разновидность деятельности объектом которой выступает другой субъект.

2) Общение - сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание партнера.

Процессы, определяющие сущность общения



Коммуникативная сторона общения

- заключается в обмене информацией между индивидами, направленного на передачу сведений, уточнение непонятного, выработку новой информации;
- связана с выявлением специфики информационного процесса между людьми как активными субъектами: с учетом отношений между партнерами, их установок, целей и намерений;
- приводит не просто к движению информации, но к уточнению и обогащению знаний, сведений и мнений, которыми обмениваются люди.

Интерактивная сторона общения

- выражается во взаимном влиянии индивидов друг на друга, путём выражения мыслей, поведенческих реакций;
- осуществляется на основе системы социальных норм, принятых в данном обществе;
- имеет символическо - ролевой характер;
- реализуется под влиянием триады факторов: дистанции между субъектами, их взаимной ориентации и наличия/отсутствия внешних барьеров.

Перцептивная сторона общения

- отражает взаимное восприятие индивидами друг друга с целью на основе сложившегося образа выбрать приемлемые формы общения и поведения;
- направлена на достижение взаимопонимания между партнёрами;
- реализуется через осознание установок, мотивов и целей своего партнёра, а также их принятие и разделение.

Функции общения

- **Инструментальная** — общение как «инструмент» (механизм управления и передачи информации) необходимый для исполнения действия;
- **Трансляционная** — общение как средство трансляции (передачи) человеческого опыта;
- **Интегративная** — общение как средство объединения людей;
- **Экспрессивная** — общение как форма выражения психических особенностей субъектов.

Вопрос 2.

**СОДЕРЖАНИЕ
И
ВИДЫ
КОММУНИКАЦИИ**

Структура коммуникации (компоненты)

- 1) **адресант** - субъект коммуникации;
- 2) **адресат** - кому направлено сообщение;
- 3) **сообщение** - передаваемое содержание;
- 4) **код** - средства передачи сообщения;
- 5) **канал связи**;
- 6) **результат** - то, что достигнуто в итоге коммуникации.

Этапы коммуникации:

1. Этап отправления (посылки)

1.1. Формулировка идеи и ее значения;

1.2. Кодировка идеи и формирование послания;

1.3. Выбор канала и передача послания

2. Этап получения (приема)

2.1. Вывод послания на приемник;

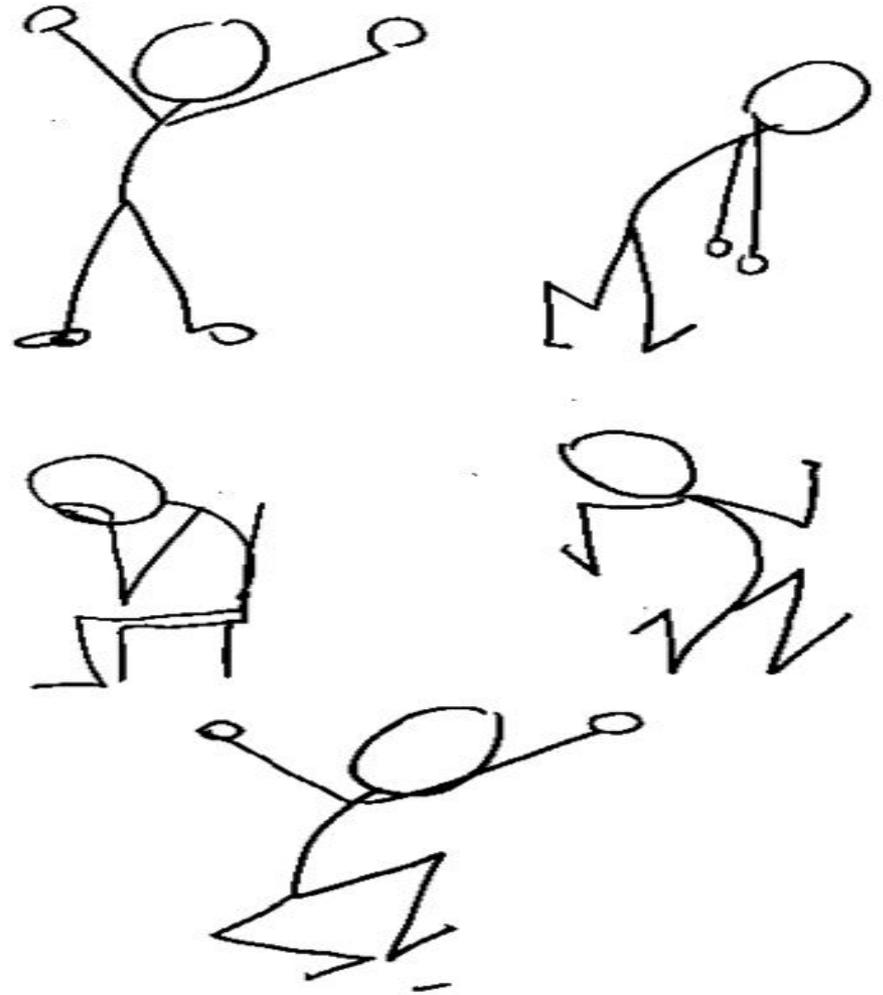
2.2. Раскодирование послания

Виды коммуникации:

Вербальная



Невербальная



Вербальная коммуникация

Осуществляется посредством речи.

Речь исторически сложившаяся форма общения людей посредством языковых конструкций, создаваемых на основе определённых правил. Процесс речи предполагает, с одной стороны, формирование и формулирование мыслей языковыми (речевыми) средствами, а с другой стороны — восприятие языковых конструкций и их понимание. Речь является универсальным средством коммуникации, так как при передаче информации с ее помощью передается смысл сообщения. Благодаря речи осуществляется кодирование и декодирование информации.

Невербальная коммуникация

Осуществляется без помощи речевых средств.

Включает ряд подсистем:

- **оптико - кинетическая система** - жесты, мимика, пантомимика;
- **паралингвистическая** – тембр голоса, диапазон, тональность;
- **экстралингвистическая** - паузы, плач, смех, темп речи;
- **пространственно** - **временная** -
взаиморасположение партнеров, длительность и время общения, задержки и пр.

Вопрос 3.

**КОММУНИКАЦИОННЫЕ
СЕТИ
И СТИЛИ**

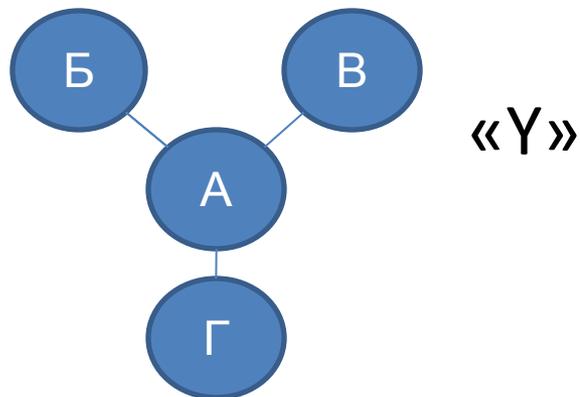
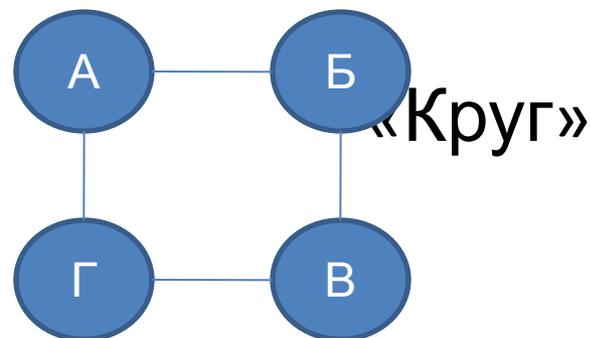
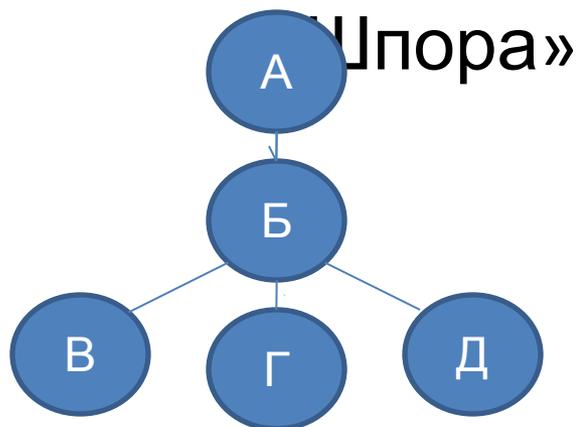
Коммуникационная сеть – совокупность информационных потоков, связывающих участников коммуникации



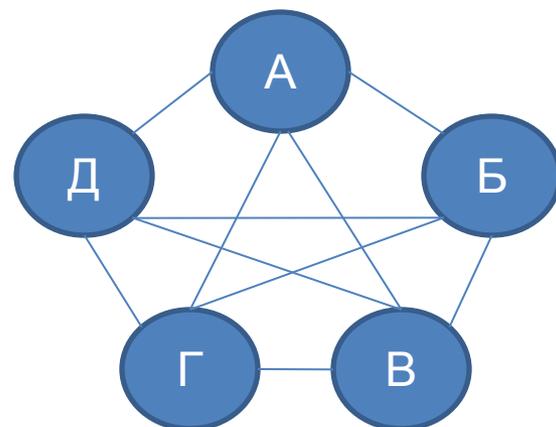
Виды коммуникационных сетей

Централизованные сети

Децентрализованные сети

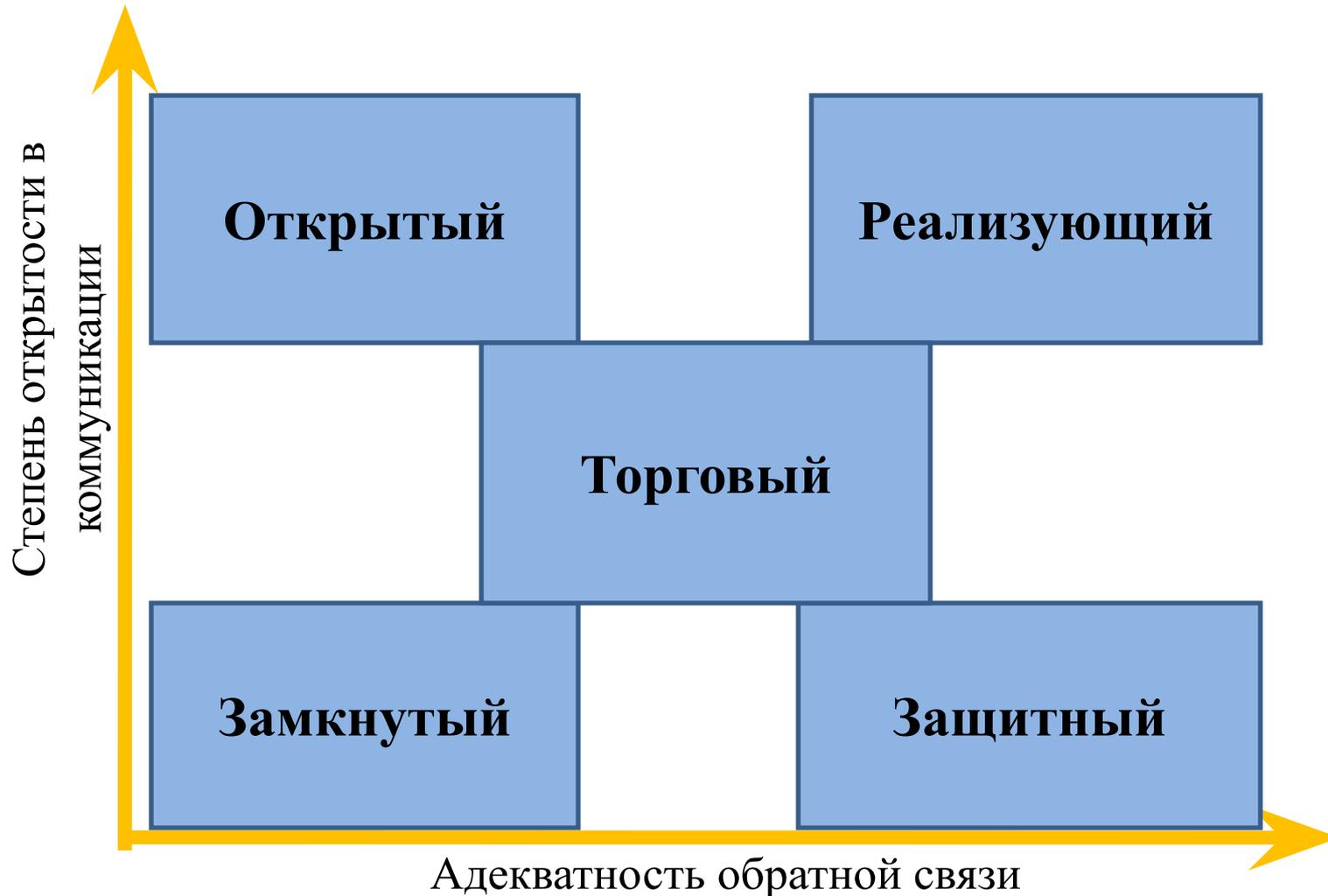


«Всеканальная»



Стили коммуникации

Стиль коммуникации – способ, с помощью которого индивид предпочитает строить коммуникационное взаимодействие с другими людьми.



Замкнутый стиль коммуникации

Характеризуется низкими (ниже среднего) значениями по обоим критериям.

При таком стиле люди по каким-либо (обычно личностным) причинам не склонны вступать в коммуникацию, проявляя низкий уровень открытости, соответственно реакция окружающих обычно бывает неадекватной,

в связи с отсутствием какой-либо информации о человеке с таким стилем.

Как следствие - образ такого человека часто обрастает ложной (иллюзорной) информацией (слухами).



Открытый стиль коммуникации

Характеризуется высокой (выше среднего) степенью открытости в коммуникации и низким уровнем адекватности обратной связи.

При таком стиле коммуникационные потребности человека не удовлетворяются в полном объёме, поскольку он вкладывается в процесс максимально, а обратную связь получает минимальную.

Обычно люди с таким стилем воспринимаются как болтуны и к ним демонстрируется несерьёзное отношение окружающих.



Защитный стиль коммуникации

Характеризуется низкой степенью открытости в коммуникации и высоким (выше среднего) уровнем адекватности обратной связи. По своей сути противоположен открытому стилю, за что и получил ещё название «шпионский».

При таком стиле человек как бы защищает свой внутренний мир от окружающих, сообщая о себе минимум информации, но проявляя готовность выслушать других. Именно готовность и умение слушать других обеспечивают высокий уровень адекватности обратной связи.



Торговый стиль коммуникации

Характеризуется средними значениями по обоим критериям.

При таком стиле человек открывает или закрывает себя ровно настолько, сколько того требует ситуация коммуникации. Соответственно, он может управлять адекватностью обратной связи. Так, например, иногда человеку может быть выгодно закрыться и создать на основе недостатка информации иллюзорное представление о себе. В других же ситуациях человеку, наоборот, выгоднее открыть себя в большей степени и повысить уровень адекватности обратной связи.



Реализующий стиль коммуникации

Характеризуется высокими (выше среднего) значениями по обоим критериям.

При таком стиле человек реализуется и развивается в процессе коммуникации, через удовлетворение соответствующих потребностей. Здесь наблюдается гармоничное сочетание того, что человек вкладывает в коммуникацию и то, что он получает взамен в качестве результата.



Вопрос 4.

**СОЦИАЛЬНАЯ
ПЕРЦЕПЦИЯ И ЕЁ
МЕХАНИЗМЫ**

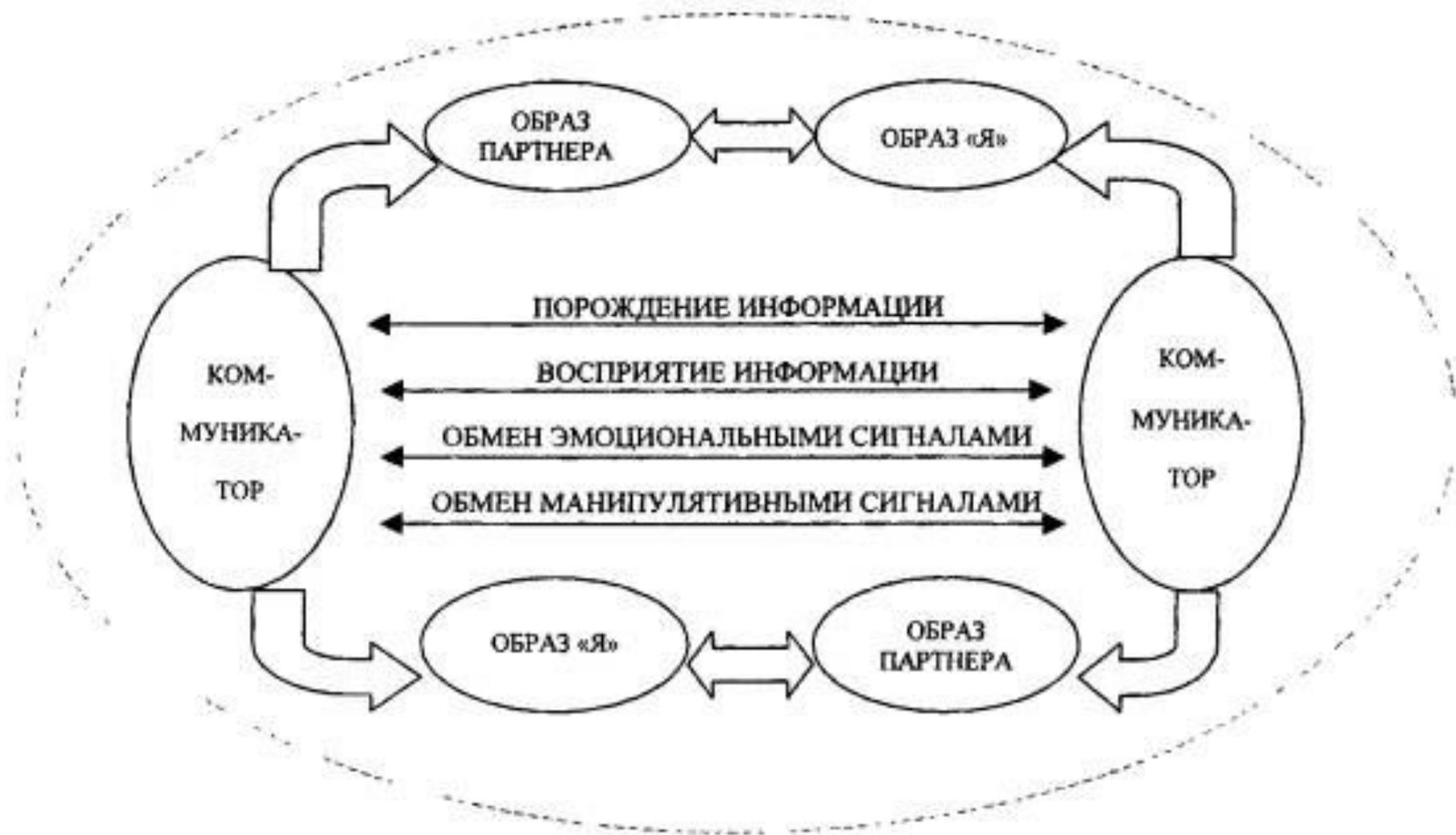
Социальная перцепция

Социальная перцепция — восприятие, направленное на создание представления о себе, других людях, социальных группах и социальных явлениях.

Важнейшей составляющей социальной перцепции является **межличностная перцепция**.

Межличностная перцепция (восприятие другого человека) - процесс восприятия внешних признаков человека, их соотнесения с личностными качествами, интерпретации и прогнозирования будущих действий партнёра и установления на этой почве взаимопонимания.

На основе внешней стороны поведения мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем значение его внешних данных. Впечатления, которые возникают при этом, играют важную регулятивную роль.



Факторы, нарушающие процесс адекватного восприятия

- Наличие заданных установок и стереотипов;
- Стремление сделать преждевременное заключение о личности оцениваемого человека;
- Отсутствие желания и привычки прислушиваться к мнению других.

Механизмы социальной перцепции

Механизм — последовательность состояний, процессов, определяющих собою какое-либо действие, явление.

Механизмы социальной перцепции — последовательная совокупность способов, посредством которых люди воспринимают, интерпретируют и прогнозируют поведение друг друга.

Классификация механизмов социальной перцепции (по направленности)

Механизмы социальной перцепции

```
graph TD; A[Механизмы социальной перцепции] --> B[познание и понимание людьми друг друга]; A --> C[познание самого себя в процессе общения]; A --> D[прогнозирование поведения партнера по общению];
```

познание и
понимание
людьми друг
друга

-эмпатия

-идентификация

-аттракция

познание
самого себя в
процессе
общения

-рефлексия

прогнозирование
поведения
партнера по
общению

-каузальная

атрибуция

Характеристика механизмов социальной перцепции

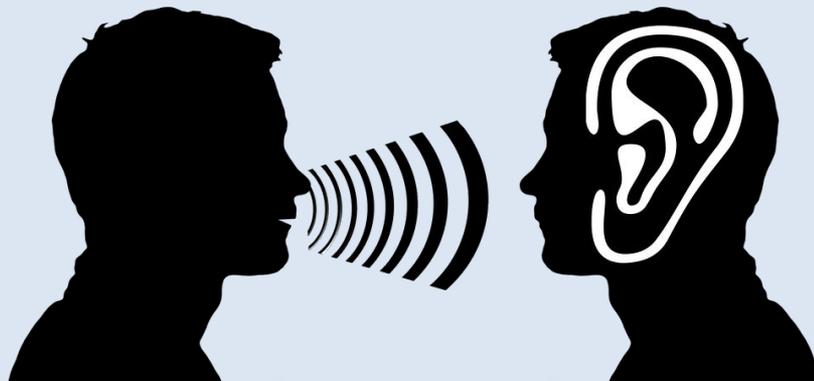
- **Идентификация** - механизм познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению через отождествление с ним.
- **Эмпатия** - механизм познания другого человека на основе эмоционального сопереживания.
- **Аттракция (привлечение)** - механизм познания другого человека, основанный на формировании позитивного устойчивого чувства к нему.

Характеристика механизмов социальной перцепции

- **Рефлексия** - механизм самопознания, направленный на осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнёром по общению.
- **Каузальная атрибуция** - механизм прогнозирования поведения другого человека, базирующийся на интерпретации, приписывании причин того или иного действия определённым источникам - внешним или внутренним.

Вопрос 5.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И БАРЬЕРЫ КОММУНИКАЦИИ



Понятие и показатели эффективности

Эффективность (лат. - действенный, производительный) — качественная категория, отражающая глубинные процессы совершенствования, происходящие во всех структурах и элементах системы.

Эффективность определяется соотношением результата (эффекта) и затрат, обуславливающих этот результат.

Наиболее важные **показатели эффективности:**

- Результативность;
- интенсивность функционирования системы;
- степень достижения цели;
- уровень организованности системы.

Роль эффективной коммуникации в общении

Коммуникация в общении всегда значима для её участников, так как обмен информацией происходит ради достижения определённых целей, удовлетворения каких-либо потребностей.

Однако, в некоторых случаях показатели эффективности коммуникации снижаются. И тогда возникают следующие вопросы:

- Что препятствует эффективной коммуникации?
- Каково происхождение барьеров?
- Как преодолевать эти барьеры?

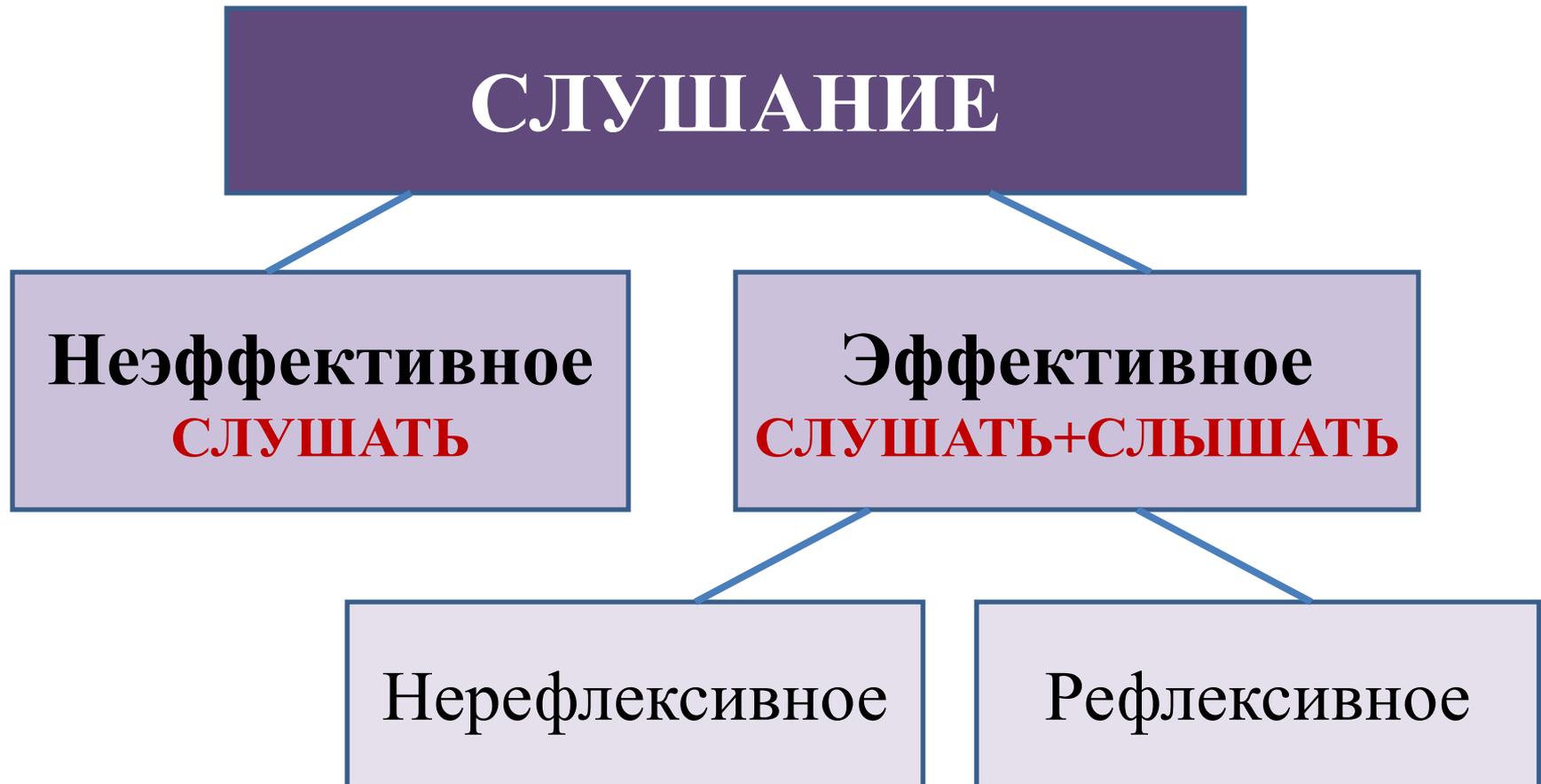
Эффективная коммуникация невозможна без взаимопонимания и обратной связи

Обратная связь — информация, содержащая реакцию адресата на поведение адресанта.

Обратная связь помогает партнёру по общению понять то, как воспринимается его поведение, какие чувства оно вызывает у других людей.

СЛУШАТЬ и СЛЫШАТЬ

«Два уха и один язык нам даны для того, чтобы больше слушать и меньше говорить» (Зенон)



Характеристика эффективного слушания

□ **Нерефлексивное слушание** – разновидность эффективного слушания с активным использованием невербальных средств (кивков, мимических реакций, когтакта глаз и поз) без вмешательства в речь собеседника своими замечаниями (внимательное молчание) и единичным применением речевых приёмов с повторением последних слов говорящего, междометий.

□ **Рефлексивное слушание** - разновидность эффективного слушания с активным использованием вербальных средств путём выяснения, перефразирования и резюмирования мыслей собеседника



Искажение значения сообщений

Возможное искажение в значении послания связано с наличием шумов. **Шум** – это любое вмешательство в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающее смысл послания.

Источники шума:

- 1) **технические средства,**
- 2) **организационные составляющие** (многоуровневость, масштаб управления, централизация и т.п.),
- 3) **личностные составляющие** (звуковые ошибки в произношении, языковые ошибки, добавления к посланию, тенденция снабжать вышестоящих лиц только положительно воспринимаемой информацией);

Барьеры коммуникации препятствия, трудности на пути адекватного восприятия информации партнерами по общению

Барьеры коммуникации

```
graph TD; A[Барьеры коммуникации] --> B[Барьеры непонимания]; A --> C[Барьеры отношений]; A --> D[Социально-культурные];
```

Барьеры непонимания

непонимания

- фонетический
- семантический
- стилистический
- логический

Барьеры отношений

- «авторитет»
- «избегание»

Социально-культурные

- политические
- религиозные
- профессиональные

Вопрос 6.

**МАНИПУЛИРОВАНИЕ
И
КОММУНИКАТИВНЫЙ
СТРЕСС В ПРОЦЕССЕ
ОБЩЕНИЯ**



Специфика

Манипулятивного

общения

Манипулирование - вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которого он от них ожидает. Это угнетение личности, один из способов подавления воли людей путём воздействия на них через программирование их поведения.

Манипулятивное общение – это скрытое и «замаскированное» управление.

Манипулятивное общение направлено на извлечение выгоды от собеседника, используя разные приемы (лесть, запугивание, «пускание пыли в глаза», обман, демонстрация доброты и т.п.) в зависимости от особенностей личности собеседника.

Критерии манипулирования (ситуации):

- ❑ Стремление вызвать переживание страха, запугивание одного человека другим;
- ❑ Стремление вызвать переживание вины и раскаяния;
- ❑ Стремление подавить, снизить самооценку, вызвать чувство неуверенности в себе;
- ❑ Стремление вызвать чувство навязанного долга.

Коммуникативный стресс в деловом общении

Стресс — эмоциональное состояние, вызванное сверхсильным травмирующим воздействием, связанное с тотальной мобилизацией сил на поиск выхода из создавшегося положения, на достижение необходимого приспособительного эффекта.

Причины коммуникативного стресса:

- 1) Раздражительность в деловом общении;
- 1) Коммуникативная агрессия;
- 1) Нарушение принципа справедливости в общении;
- 1) Недостаток терпения и самообладания в общении;
- 1) Неспособность к отказу в деловом общении