



Тема ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ


Вопросы:

1. Сущность делового общения, его виды и принципы
2. Структура делового общения
3. Коммуникативные барьеры в деловом общении

Литература:


1. Браим, И. Н. Культура делового общения / И. Н. Браим. – Мн.: Ип «Экоперспектива», 2000. – 174 с.
2. Бороздина, Г. В. Психология делового общения: учебное пособие для студентов экономических специальностей вузов / Г. В. Бороздина. – М. : ИНФРА, 2005. – 295 с.
3. Горанчук, В. В. Психология делового общения и управленческих воздействий / В. В. Горанчук. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. – 288 с.
4. Кукушин, В. С. Психология делового общения: учебное пособие / В. С. Кукушин. – Ростов на Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. – 368 с.
5. Психология и этика делового общения: учебник для вузов / под ред. проф. В. Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 326 с.
6. Павлова, Л.Г. Основы делового общения: учебное пособие / Л.Г. Павлова / под ред. Л.А. Введенской. - Ростов н/ Д : Феникс, 2008. – 311 с.





«Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире»


Дж. Рокфеллер



Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере.



Виды делового общения:

- Контактное- дистантное
 - Непосредственное – опосредованное
 - Устное – письменное
 - Монологическое – диалогическое
 - Официальное – неофициальное.
- 



Принципы делового общения:

1. Регламентированность, т.е. подчиненность установленным правилам и нормам:

- *соблюдение делового этикета;*
- *соблюдение речевого этикета;*
- *ограниченность временными рамками.*

2. Строгое соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия.

3. Повышенная ответственность участников общения за его результат.

4. Строгое отношение к использованию речевых средств.

формы делового общения:


- · деловая беседа;
- деловая беседа по телефону;
- · деловые переговоры;
- · совещания;
- деловая переписка
- · публичные выступления.



Деловое общение требует соблюдения условий:

- Обязательность контактов всех участников независимо от симпатий и антипатий;
- Взаимозависимость всех участников в достижении конечного результата и в реализации личных намерений;
- Формальные ограничения:
 - *конвенциональные ограничения;*
 - *ситуативные ограничения;*
 - *эмоциональные ограничения;*
 - *насильственные ограничения.*





Структура делового общения

Коммуникативный
компонент

Перцептивный
компонент

Интерактивный
компонент

Принципы вербального общения

Принцип кооперации («требование к собеседникам действовать таким образом, который соответствовал бы принятой цели и направлению разговора» — предполагает, что вербальное общение должно:

- содержать оптимальное количество информации и соответствовать текущим целям общения;
- содержать правдивые высказывания;
- соответствовать целям, предмету разговора;
- быть ясным (избегание непонятных выражений, многословности).

Принцип вежливости, который подразумевает выражение в речи:

- тактичности;
- одобрения;
- скромности;
- согласия;
- благожелательности.



Приемы активного слушания

- ***Безмолвное слушание***
- ***Уточнение***
- ***Перефразирование***
- ***Резюмирование с дальнейшим развитием мыслей собеседника***



Классификация невербальных средств общения



Типология взгляда

Деловой взгляд Дружеский взгляд





Правила использования жестов в деловом общении Поля Сопера:

Жесты должны быть

непроизвольны.

Жестикуляция не должна быть

непрерывной.

Жестикуляция должна быть

управляемой.

Жестикуляция должна быть

разнообразной.

Жесты должны

соответствовать назначению.



Жесты и позы открытости

- раскрытые руки ладонями вверх (жест, связанный с искренностью и открытостью),
- пожимание плечами, сопровождающееся жестом открытых рук (обозначает открытость натуры),
- расстегивание пиджака (люди открытые и дружески расположенные к вам часто расстегивают пиджак во время разговора и даже снимают его в вашей присутствии).



Жесты авторитарности




- Руки соединены за спиной, подбородок поднят (так часто стоят армейские командиры, милиционеры, а также высшие руководители). Вообще, если вы хотите дать понять свое превосходство, надо всего лишь физически подняться над оппонентом - сесть выше него, если вы разговариваете сидя, а, может быть, я встать перед ним.



Жесты защиты (оборонительные)




- скрещенные на груди руки,
- руки, сжатые в кулаки





Рукопожатие - жест, ритуал приветствия, прощания и т. п., заключающийся в небольшом сжатии правых или левых рук.

Правила использования рукопожатия:

- 
1. люди, близко общающиеся между собой реже используют рукопожатие;
 2. первым для рукопожатия протягивает руку старший;
 3. первым протягивает руку для рукопожатия тот, чей социальный статус выше (в том числе и женщине);
 4. при представлении первым подает руку тот, кому представляют;
 5. если, подойдя к группе, вы обменялись рукопожатием с одним человеком, то это следует сделать и с другими;
 6. при рукопожатии рекомендуется снимать перчатку (исключение составляет рукопожатие на улице и для женщин).
- 
- 

Виды рукопожатия:

- Доминантное
- Равноправное
- Покорное
- Рукопожатие с «хрустом пальцев»
- Рукопожатие «перчатка»
- Короткое, вялое рукопожатие



Межличностное пространство общения

- Интимное расстояние – до 0,5 м
- Межличностное расстояние – от 0,5 до 1,2 м
- Социальное расстояние – от 1,2 до 3,7 м
- Публичное расстояние – 3,7 м и более.




Характеристики мимики

Не следует судить о человеке по лицу — оно позволяет лишь строить предположения.

Лабрюйер Ж.

- Целостность
- Динамичность
- Согласованность с вербальным сообщением









Социальная перцепция - это восприятие, понимание и оценка людьми социальных объектов (других людей, самих себя, групп, других социальных общностей).

- **Идентификация** – это один из механизмов познания и понимания другого человека, заключающийся чаще всего в неосознанном уподоблении себя *значимому другому*.
- **Эмпатия** – это постижение эмоциональных состояний другого человека в форме сопереживания.
- **Рефлексия** – это осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению, т. е. как будет партнер по общению понимать меня.

Эффекты межличностного восприятия

- **Каузальная атрибуция** – это интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей.
- **Эффект ореола (галлоэффект);**
- **Эффекты новизны и первичности.**
- **Стереотипизация** – это восприятие и оценка социальных объектов на основе определенных представлений (стереотипов).





Коммуникативные барьеры - это психологическое препятствие на пути адекватного восприятия информации от партнера по общению.

ВИДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ:

1. Барьер «авторитета»

Отнесение человека к авторитетным лицам зависит от следующих **факторов:**

- социального положения (статуса),
- принадлежности к реальной «авторитетной» группе,
- привлекательности внешнего вида,
- доброжелательного отношения к адресату (улыбка, приветливость, простота в обращении),
- компетентности,
- искренности.

- **2. Барьер «избегания».**
Человек избегает эмоционально негативных контактов с собеседником.



Барьер «непонимания».

- *фонетический* (фонема – звук) – возникает, когда у партнера неразборчивая дикция, плохая артикуляция: человек шепелявит, картавит, присвистывает, пришептывает, причмокивает и пр.; когда он использует множество слов-паразитов



Барьер «непонимания».

- *семантический барьер непонимания* связан с тем, что деловые партнеры пользуются одними и теми же знаками (в том числе и словами) для обозначения совершенно разных вещей.



Барьер «непонимания».

- *стилистический барьер непонимания* состоит в том, что определенный тип облачения мысли в слова («упаковка» мысли) может препятствовать ее пониманию; стиль может быть неуместным ситуации общения: слишком тяжелым или легковесным.



Барьер «непонимания».

- *логический барьер непонимания* – проблема, связанная с особенностями мышления общающихся.





СПАСИБО



ЗА ВНИМАНИЕ