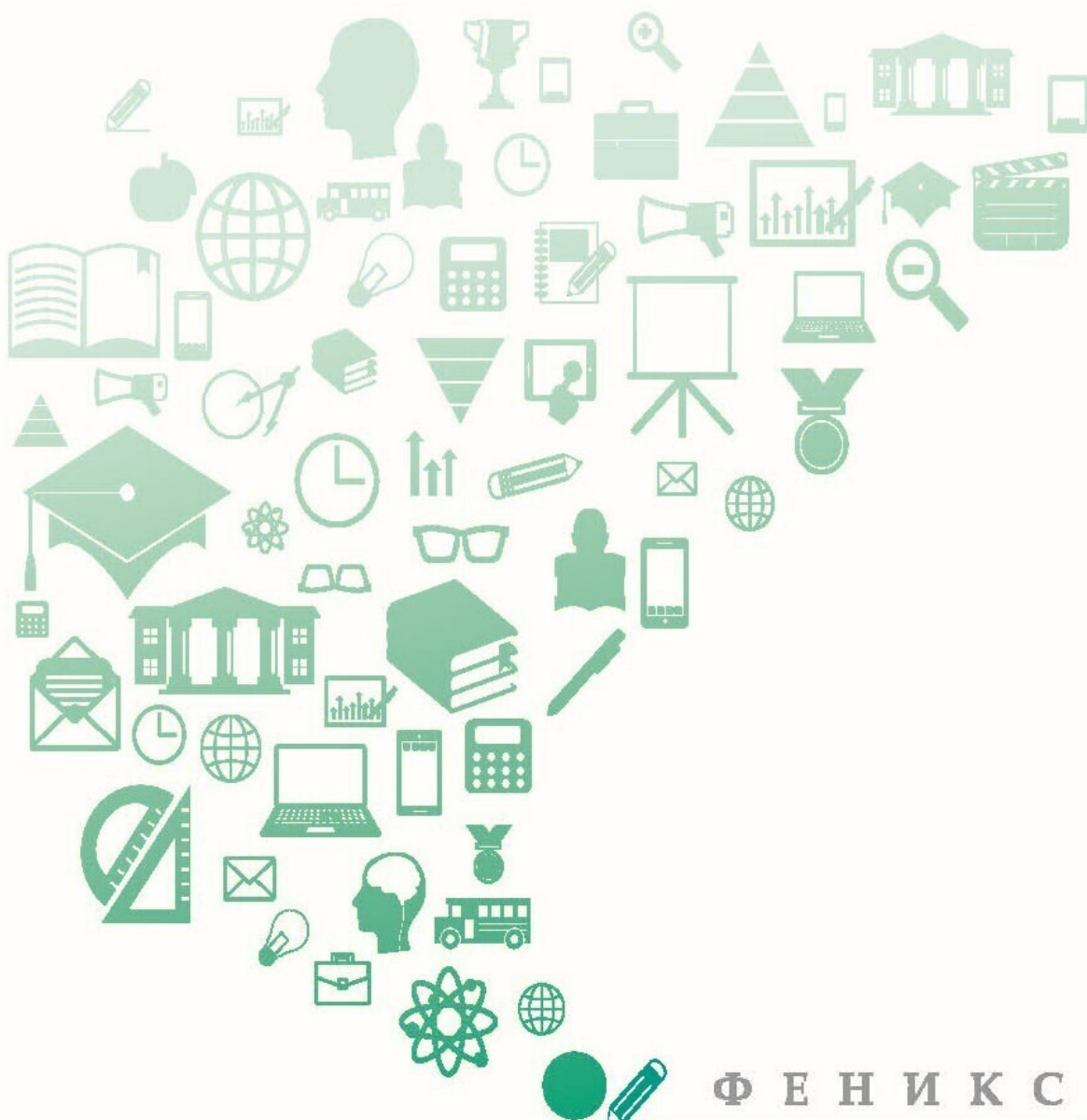


**СРЕДНЕЕ
ПРОФЕС
СИОНАЛЬ
НОЕ ОБРА
ЗОВАНИЕ**

**СООТВЕТСТВУЕТ
ФГОС**

ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ



Ф Е Н И К С

Среднее профессиональное образование (Феникс)

Наталья Гафиатулина

Психология делового общения

«Феникс»

2019

УДК 159.9:330(075.32)

ББК 88.4я723

Гафиатулина Н. Х.

Психология делового общения / Н. Х. Гафиатулина — «Феникс»,
2019 — (Среднее профессиональное образование (Феникс))

ISBN 978-5-222-35146-8

В учебном пособии, написанном в соответствии с государственным образовательным стандартом Российской Федерации, подробно раскрывается содержание курса «Психология делового общения», рассмотрены психологические особенности межличностного взаимодействия, различные формы деловой коммуникации, проблемные области. Данное учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по специальностям УГПС 43.00.00 «Сервис и туризм», 38.00.00 «Экономика и управление», 49.00.00 «Физическая культура и спорт» и другим, а также для всех интересующихся проблемами современного делового общения. В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 159.9:330(075.32)

ББК 88.4я723

ISBN 978-5-222-35146-8

© Гафиатулина Н. Х., 2019

© Феникс, 2019

Содержание

Введение	6
Глава 1. Основные характеристики общения	8
1.1. Функции и структура общения	8
1.2. Коммуникативная компетентность. Стратегии, тактики общения	9
1.3. Виды общения	11
1.4. Вербальные и невербальные средства общения	13
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Сергей Иванович Самыгин и др

Психология делового общения

© Авторский коллектив, 2019

© Оформление ООО «Феникс», 2019

Введение

Дисциплина «Психология делового общения» основана на знании психологических особенностей в сфере делового общения, необходима специалистам, работа которых предполагает постоянные контакты типа «человек – человек», в особенности психологам, юристам, бизнесменам, политикам, менеджерам, переводчикам, педагогам и другим. Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, располагать их к себе лежит в основе жизненного и профессионального успеха.

В результате изучения данной дисциплины студент должен:

1. Иметь представление:

- об основных характеристиках делового общения;
- о роли личности в деловом общении;
- о невербальных аспектах делового общения;
- об основных формах делового общения;
- о психологических приемах и принципах делового общения;
- о культуре ведения споров;
- об управлении конфликтными ситуациями;
- об основных правилах делового этикета;
- об общих правилах оформления документов.

2. Знать:

- определение и функции общения;
- структуру общения;
- стиль общения;
- виды общения;
- уровни и средства общения;
- основные стратегии общения;
- основные концепции личности;
- защитные механизмы личности;
- понятия «личность», «архетип», «взаимодействие»;
- психологические типы, типы акцентуации характера;
- национально-психологические типы;
- особенности общения через переводчика;
- принципы делового общения;
- определение, цели, методы, навыки ведения деловых переговоров;
- определение понятия «спор», цели и подходы к ведению спора;
- особенности критики в споре;
- принципы ведения спора;
- понятие «конфликт», структуру и типологию конфликта;
- причины конфликта;
- модель конфликтного процесса и его последствия;
- правила, методы и стратегии управления конфликтной ситуацией;
- основные понятия об этикете;
- правила приветствия;
- основные понятия дисциплины «Психология делового общения».

3. Уметь:

- применять на практике синтоническую модель общения;
- использовать основные закономерности проксемики;
- использовать основные закономерности такесики;

- применять основные законы общения;
- преодолевать барьеры общения;
- применять правила раскрепощения в деловом общении;
- учитывать гендерные особенности деловых партнеров;
- применять основы графологии в деловом общении;
- использовать основы кинесики в деловом общении;
- вести деловую беседу;
- использовать рекомендации по приему подчиненных;
- вести деловые переговоры;
- вести деловые совещания и собрания;
- вести подготовку и проводить публичные выступления;
- применять на практике основы документационного обеспечения;
- использовать психологические приемы влияния на партнера;
- слушать в процессе делового общения;
- использовать технику убеждения партнера;
- корректно вести телефонный разговор;
- учитывать специфику подготовки к деловому завтраку, обеду, ужину.

Деловое общение связано с такими дисциплинами, как философия, психиатрия, психология, педагогика, этика, социология, информатика, русский язык и культура речи, иностранный язык, маркетинг, менеджмент, связи с общественностью и другими.

Глава 1. Основные характеристики общения

1.1. Функции и структура общения

Общение – специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества, в общении реализуются социальные отношения людей.

В общении выделяют три взаимосвязанные стороны:

- *коммуникативная*: состоит в обмене информацией между людьми;
- *интерактивная*: заключается в организации взаимодействия между людьми (например, нужно согласовать действия, распределить функции или повлиять на настроение, поведение, убеждения собеседника);
- *перцептивная*: включает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания.

К *средствам общения* относятся:

1. **Язык**: система слов, выражений и правил их соединения в осмысленные высказывания, используемые для общения. Слова и правила их употребления едины для всех говорящих на данном языке, это и делает возможным общение; если я говорю «стол», я уверен, что любой мой собеседник соединяет с этим словом те же понятия, что и я, – это объективное социальное значение слова можно назвать знаком языка. Но объективное значение слова преломляется для человека через призму его собственной деятельности и образует уже свой личностный, субъективный смысл, поэтому мы не всегда правильно понимаем друг друга.

2. **Интонация**, эмоциональная выразительность, которая способна придавать разный смысл одной и той же фразе.

3. **Мимика**, поза, взгляд собеседника могут усиливать, дополнять или опровергать смысл фразы.

4. **Жесты** как средства общения могут быть как общепринятыми, то есть иметь закрепленные за ними значения, так и экспрессивными, то есть служить для большей выразительности речи.

Расстояние, на котором общаются собеседники, зависит от культурных, национальных традиций, от степени доверия к собеседнику.

В *процедуре общения* выделяют следующие этапы:

1. Потребность в общении (необходимо сообщить или узнать информацию, повлиять на собеседника и т. д.): побуждает человека вступить в контакт с другими людьми.

2. Ориентирование в целях и ситуации общения.

3. Ориентирование в личности собеседника.

4. Планирование содержания своего общения: человек представляет себе (обычно бессознательно), что именно скажет.

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

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

7. Корректировка направления, стиля, методов общения.

Если какое-либо из звеньев акта общения нарушено, то говорящему не удастся добиться ожидаемых результатов: общение окажется неэффективным. Эти умения называют социальным интеллектом, практически-психологическим умом, коммуникативной компетентностью, коммуникабельностью.

1.2. Коммуникативная компетентность. Стратегии, тактики общения

Коммуникация – процесс двустороннего обмена информацией, ведущий к взаимному пониманию. В переводе с латыни слово обозначает «общее, разделяемое со всеми». Если не достигается взаимопонимания, то коммуникация не состоялась. Чтобы убедиться в ее успехе, необходимо иметь обратную связь, информирующую о том, как люди вас поняли, как они воспринимают вас, как относятся к проблеме.

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

Для эффективной коммуникации характерны достижение взаимопонимания партнеров, лучшее понимание ситуации и предмета общения. Это способствует разрешению проблем, обеспечивает достижение целей с оптимальным расходом ресурсов. Коммуникативная компетентность рассматривается как система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге ситуаций межличностного взаимодействия.

Причинами плохой коммуникации могут быть:

- стереотипы: упрощенные мнения относительно отдельных лиц или ситуации, в результате чего нет объективного анализа и понимания людей, ситуаций, проблем;
- предвзятые представления: склонность отвергать все, что противоречит собственным взглядам, что ново, необычно («мы верим тому, чему хотим верить»); мы редко осознаем, что толкование событий другим человеком столь же законно, как и наше собственное;
- плохие отношения между людьми, поскольку если отношение собеседника враждебное, то трудно его убедить в справедливости вашего взгляда;
- отсутствие внимания и интереса собеседника; интерес возникает только тогда, когда человек осознает значение информации для себя, понимая, что с ее помощью можно получить желаемое или предупредить нежелательное развитие событий;
- пренебрежение фактами, то есть привычка делать выводы при отсутствии достаточного числа фактов;
- ошибки в построении высказываний: неправильный выбор слов, сложность сообщения, слабая убедительность, нелогичность и т. д.;
- неверный выбор стратегии и тактики общения.

Стратегии общения:

- 1) открытое – закрытое общение;
- 2) монологическое – диалогическое;
- 3) ролевое (исходя из социальной роли) – личностное (общение «по душам»).

Открытое общение – желание и умение выразить полно свою точку зрения и готовность учесть позиции других. **Закрытое общение** – нежелание или неумение выразить понятно свою точку зрения, свое отношение, имеющуюся информацию. Использование закрытых коммуникаций оправданно в следующих случаях: когда есть значительная разница в степени предметной компетентности и бессмысленно тратить время и силы на поднятие компетентности «низкой стороны»; в конфликтных ситуациях (в этом случае открывать свои чувства, планы противнику нецелесообразно). Открытые коммуникации эффективны, если существует сопоставимость, но не тождественность предметных позиций (обмен мнениями, замыслами). «Одностороннее выпрашивание» – полузакрытая коммуникация, в которой человек пытается выяснить позиции другого и в то же время не раскрывает своей. «Истериическое предъявление проблемы» – тот случай, когда человек открыто выражает свои чувства,

проблемы, обстоятельства, не интересуясь тем, желает ли другой «войти в чужие обстоятельства», слушать «излияния».

Тактика общения – это реализация в конкретной ситуации коммуникативной стратегии на основе владения техниками и знания правил общения. Это совокупность конкретных коммуникативных умений говорить и слушать.

В общении выделяют также следующие позиции:

- 1) доброжелательная, принятия собеседника;
- 2) нейтральная;
- 3) враждебная, непринятия собеседника;
- 4) доминирование, или общение «сверху»;
- 5) общение на «равных»;
- 6) подчинение, или позиция «снизу».

Из сопоставления двух факторов Т. Лири выявляет восемь индивидуальных стилей общения.

1.3. Виды общения

Выделяют следующие виды общения.

«Контакт масок». Это формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника, используются привычные маски (вежливости, строгости, безразличия, скромности, участливости и т. д.), набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть истинные эмоции, отношение к собеседнику. В городе «контакт масок» порой необходим, чтобы люди «не задевали» друг друга без надобности, чтобы «отгородиться» от собеседника.

Примитивное общение. Другого человека оценивают как нужный или мешающий объект: если нужен, то активно вступают в контакт, если мешает, то оттолкнут или последуют агрессивные грубые реплики. Если получили от собеседника желаемое, теряют дальнейший интерес к нему и не скрывают этого.

Формально-ролевое общение. Когда регламентированы и содержание, и средства общения и вместо узнавания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли.

Деловое общение. Учитывают особенности личности, характера, возраст, настроение собеседника, но интересы дела более значимы, чем возможные личностные расхождения.

Межличностное общение. Это общение друзей, когда можно затронуть любую тему и не обязательно прибегать к помощи слов: друг поймет вас по выражению лица, движениям, интонации. Такое общение возможно, когда каждый участник имеет образ собеседника, знает его личность, может предвидеть его реакции, интересы, убеждения, отношение.

Манипулятивное общение. Оно направлено на извлечение выгоды от собеседника с помощью разных приемов (лесть, запугивание, «пускание пыли в глаза», обман, демонстрация доброты) в зависимости от особенностей личности другого человека.

Светское общение. Суть светского общения – в его беспредметности, то есть люди говорят не то, что думают, а что положено говорить в подобных случаях; это общение закрытое, потому что точки зрения людей на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций.

Кодекс светского общения включает в себя некие постулаты:

- 1) соблюдай интересы другого (вежливость, такт);
- 2) не порицай другого, избегай возражений (одобрение, согласие);
- 3) будь доброжелателен, приветлив (симпатии).

Кодекс делового общения строится на иных принципах:

- 1) кооперации (твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора);
- 2) достаточности информации (говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент);
- 3) качества информации (не лги);
- 4) целесообразности (не отклоняйся от темы, сумей найти решение);
- 5) выражай мысль ясно и убедительно для собеседника;
- 6) умей слушать и понять нужную мысль;
- 7) умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела.

Если один собеседник будет ориентироваться на принцип вежливости, а другой – кооперации, возникнет нелепая, неэффективная коммуникация. Следовательно, правила общения должны быть согласованы и соблюдаться обоими участниками.

Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового

вого эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта состоит в том, что оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей.

В деловом общении предметом общения является *дело*.

Особенности делового общения заключаются в том, что:

- партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
- общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
- основная задача делового общения – продуктивное сотрудничество.

1.4. Вербальные и невербальные средства общения

Общение, будучи сложным социально-психологическим процессом взаимопонимания людей, осуществляется по следующим основным каналам:

- речевому (вербальному, от латинского слова «устный, словесный»);
- неречевому (невербальному).

Речь как средство общения одновременно выступает и как источник информации, и как способ воздействия на собеседника.

В *структуру* речевого общения входят:

1. **Значение и смысл слов, фраз.** «Разум человека проявляется в ясности его речи», – отмечали еще древние ораторы. Важную роль играют точность употребления слова, его выразительность и доступность, правильность построения фразы и ее доходчивость, правильность произношения звуков, слов, выразительность и смысл интонации.

2. **Речевые звуковые явления:** темп речи (быстрый, средний, замедленный), модуляция высоты голоса (плавная, резкая), тональность голоса (высокая, низкая), ритм (равномерный, прерывистый), тембр (раскатистый, хриплый, скрипучий), интонация, дикция. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи.

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

Исследования показывают, что в ежедневном акте коммуникации человека слова составляют 7 %, звуки интонации – 38 %, неречевое взаимодействие – 53 %.

К изучению невербальных средств общения обращаются следующие науки:

1. Кинесика изучает внешние проявления человеческих чувств и эмоций: мимика изучает движение мышц лица; жестика – жестовые движения отдельных частей тела; пантомимика – моторику всего тела: позы, осанку, поклоны, походку.

2. Такесика – изучает прикосновение в ситуации общения: рукопожатие, поцелуи, дотрагивание, поглаживание, отталкивание и прочее.

3. Проксемика – исследует расположение людей в пространстве при общении. Выделяют следующие зоны дистанции в человеческом контакте:

1) *интимная зона* (15–45 см): в нее допускаются лишь близкие, хорошо знакомые люди; для нее характерны доверительность, тактильный контакт, прикосновение, негромкий голос. Исследования показывают, что нарушение интимной зоны влечет за собой определенные физиологические изменения в организме: учащение биения сердца, повышенное выделение адреналина, прилив крови к голове и прочее. Преждевременное вторжение в интимную зону в процессе общения всегда воспринимается собеседником как покушение на его неприкосновенность;

2) *личная, или персональная, зона* (45–120 см): для обыденной беседы с друзьями и коллегами, предполагает только визуально-зрительный контакт между партнерами, поддерживающими разговор;

3) *социальная зона* (120–400 см): обычно соблюдается во время официальных встреч в кабинетах, преподавательских и других служебных помещениях, как правило, с теми, кого не очень хорошо знают;

4) *публичная зона* (свыше 400 см): подразумевает общение с большой группой людей – в лекционной аудитории, на митинге и т. д.

Мимика – это движение мышц лица, отражающее внутреннее эмоциональное состояние, способное предоставить истинную информацию о том, что переживает человек. Мимические

выражения несут более 70 % информации, то есть глаза, взгляд, лицо человека способны сказать больше, чем произнесенные слова. Так, замечено, что человек пытается скрыть информацию (или лжет), если его глаза встречаются с глазами партнера менее $\frac{1}{3}$ времени разговора.

Взгляд бывает:

- *деловой*: фиксируется в районе лба собеседника; это предполагает создание серьезной атмосферы делового партнерства;
- *светский*: опускается ниже уровня глаз собеседника (до линии губ); это способствует созданию атмосферы непринужденного общения;
- *интимный*: направлен не в глаза собеседника, а ниже лица – на другие части тела, до уровня груди; говорит о заинтересованности в другом во время общения;
- *взгляд искоса*: свидетельствует о критическом или подозрительном отношении к собеседнику.

Лоб, брови, рот, глаза, нос, подбородок – эти части лица выражают основные человеческие эмоции: страдание, гнев, радость, удивление, страх, отвращение, счастье, интерес, печаль и т. д. Главными характеристиками мимики являются ее целостность и динамичность. Это означает, что в мимическом выражении шести основных эмоциональных состояний (гнева, радости, страха, страдания, удивления и отвращения) все движения мышц лица скоординированы.

Легче всего распознаются положительные эмоции (радость, любовь, удивление), труднее воспринимаются отрицательные (печаль, гнев, отвращение). Основную познавательную нагрузку в распознавании истинных чувств человека несут брови и губы. Так, испытуемым предъявлялись рисунки лиц, где варьировалось только положение бровей и губ. Согласованность оценок испытуемых очень велика – опознание эмоций было почти стопроцентным.

Научно доказано, что левая сторона лица гораздо чаще выдает эмоции человека: это вызвано тем, что правое полушарие, контролирующее эмоциональную жизнь человека, отвечает за левую сторону лица. Положительные эмоции отражаются более или менее равномерно на обеих половинах лица, а отрицательные – ярче выражены на левой.

Походка человека (то есть стиль передвижения) позволяет легко распознать его эмоциональное состояние. Так, в исследованиях психологов испытуемые с большой точностью узнавали по походке такие эмоции, как гнев, страдание, гордость, счастье. Причем оказалось, что самая тяжелая походка – при гневе, самая легкая – при радости, вялая, угнетенная походка – при страданиях, самая большая длина шага – при гордости.

Энтузиазм, радость и недоверие обычно передаются **высоким голосом**, гнев и страх – тоже довольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звуков. Горе, печаль, усталость обычно передаются **мягким и приглушенным голосом** с понижением интонации к концу фразы.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая речь – взволнованность или беспокойность, медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости.

Конкретный смысл отдельных **жестов** различен в разных культурах. Однако во всех культурах есть сходные жесты, среди которых можно выделить:

- *коммуникативные* (жесты приветствия, прощания, привлечения внимания, запретов, утвердительные, отрицательные, вопросительные и т. д.);
- *модальные*, то есть выражающие оценку и отношение (жесты одобрения, неудовлетворения, доверия и недоверия, растерянности и т. д.);
- *описательные жесты*, имеющие смысл только в контексте речевого высказывания.

Жесты в общении дают много информации. В их языке, как и в речи, есть слова, предложения. Богатейший жестовый «алфавит» можно разбить на шесть групп.

Жесты-иллюстраторы. Это жесты сообщения: указатели («указующий перст»), пиктографы, то есть образные картины изображения («вот такого размера и конфигураций»); кинетографы – движения телом; жесты-«биты» (жесты-«отмашки»); идеографы, то есть своеобразные движения руками, соединяющие воображаемые предметы вместе.

Жесты-регуляторы. Они выражают отношение говорящего к чему-либо. К ним относят улыбку, кивки, направление взгляда, целенаправленные движения руками.

Жесты-эмблемы. Своеобразные заменители слов или фраз в общении. Например, сжатые вместе руки (как при рукопожатии), слегка приподнятые, означают во многих случаях «здравствуйте», а вздетые над головой – «до свидания».

Жесты-адапторы. Это специфические привычки человека, связанные с движениями рук. Ими бывают: почесывание, подергивание отдельных частей тела; прикосновение, пошлепывание партнера; поглаживание, перебирание отдельных предметов, находящихся под рукой (карандаша, пуговицы и т. д.).

Жесты-аффекторы. Они выражают движениями тела и мышц лица определенные эмоции.

Микрожесты: движения глаз, покраснение щек, увеличенное количество морганий в минуту, подергивание губ и прочее.

Практика показывает: когда люди хотят выразить свои чувства, они прибегают к жестиклизации. Вот почему человеку следует научиться понимать ложные, притворные жесты. Особенность их заключается в следующем: они преувеличивают слабые волнения (демонстрация усиления движений руками и корпуса), подавляют сильные (благодаря ограничению таких движений); эти ложные движения, как правило, начинаются с конечностей, лишь потом вступают мышцы лица.

При общении часто возникают следующие виды жестов:

- *жесты оценки:* почесывание подбородка; вытягивание указательного пальца вдоль щеки; человек встает и начинает прохаживаться и другие (оценка информации);
- *жесты уверенности:* соединение пальцев в купол пирамиды; раскачивание на стуле;
- *жесты нервозности и неуверенности:* переплетенные пальцы рук; пощипывание ладони; постукивание по столу пальцами; человек трогает спинку стула перед тем как на него сесть и другие;
- *жесты самоконтроля:* руки сведены за спину, одна при этом сжимает другую; поза человека, сидящего на стуле и вцепившегося руками в подлокотник, и другие;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.