

Владимирский государственный университет

Н. Г. АБРАМЯН

**ЭТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

Учебное пособие

Владимир 2026

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

Н. Г. АБРАМЯН

ЭТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Учебное пособие

Электронное издание



Владимир 2026

ISBN 978-5-9984-2233-1

© ВлГУ, 2026

УДК 008
ББК 71.045

Рецензенты:

Доктор психологических наук
профессор кафедры психологии личности и специальной педагогики
Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
В. А. Зобков

Кандидат психологических наук,
подполковник внутренней службы
начальник кафедры юридической психологии, педагогики
и организации воспитательной работы с осужденными
Санкт-Петербургского университета
Федеральной службы исполнения наказаний
Г. Е. Шibaева

Издается по решению редакционно-издательского совета ВлГУ

Абрамян, Н. Г.

Этико-психологические аспекты делового общения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Г. Абрамян ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2026. – 108 с. – ISBN 978-5-9984-2233-1. – Электрон. дан. (1,38 Мб). – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel от 1,3 ГГц ; Windows XP/7/8/10 ; Adobe Reader ; дисковод CD-ROM. – Загл. с титул. экрана.

Состоит из разделов, предусмотренных программой дисциплины «Этика и психология делового общения», изучаемой студентами-психологами в рамках учебного плана. В каждом разделе представлены несколько пунктов, глубже раскрывающих данную тему.

Предназначено для студентов вузов направлений подготовки 42.03.02 «Журналистика», 44.03.02 «Психолого-педагогическое образование. Профиль Психология и социальная педагогика», может быть полезно студентам направления подготовки 37.03.01 «Психология».

Рекомендовано для формирования профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО.

Ил. 3. Табл.2 Библиогр.: 17 назв.

ISBN 978-5-9984-2233-1

© ВлГУ, 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ПРЕДИСЛОВИЕ..... | 4 |
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| Раздел I. ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ, ПРОЯВЛЯЮЩИЕСЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОВЕДЕНИИ И ОБЩЕНИИ..... | 7 |
| 1. Оценка и самооценка личности..... | 7 |
| 2. Темперамент и характер человека: влияние на стиль деятельности и общения..... | 8 |
| 3. Познавательная сфера личности: психические процессы | 12 |
| 4. Эмоционально-волевая сфера личности: эмоции и чувства, воля в общении | 36 |
| 5. Мотивационная сфера личности | 41 |
| Раздел II. ПСИХОЛОГИЯ МАЛОЙ ГРУППЫ | 44 |
| 1. Основные параметры малой группы..... | 44 |
| 2. Типология стилей руководства | 50 |
| 3. Виды конфликтов в межличностном общении | 52 |
| Раздел III. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ..... | 54 |
| 1. Общение: функции, виды..... | 54 |
| 2. Три стороны общения как социально-психологического феномена | 55 |
| Раздел IV. ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ | 64 |
| 1. Эффективность слушания | 64 |
| 2. Правила самоотдачи и тактика делового общения | 65 |
| 3. Современный этикет..... | 67 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 70 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК..... | 71 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 73 |

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие представляет собой своеобразное руководство по изучению студентами-психологами старших курсов учебной дисциплины «Этика и психология делового общения».

Курс рассчитан на частичное самостоятельное ознакомление студентов с отдельными темами и предполагает рациональный подход к каждой из них. В книге представлены полные ответы на вопросы к зачету, список источников, необходимых для изучения дисциплины.

Проблематика курса включает вопросы из разнообразных отраслей науки: общей, социальной психологии, психологии общения, конфликтологии, этики и др.

Практикоориентированные темы после ознакомления с теоретическими основами дисциплины прорабатываются студентами на семинарских и практических занятиях, предусматривающих рассмотрение частных сторон и деталей, направленных на выработку умений и навыков использования материала теоретического курса.

Приложения демонстрируют варианты планов семинарских занятий и рефераты как вид самостоятельной работы студентов.

ВВЕДЕНИЕ

Социальные и экономические процессы, происходящие в современном мире, делают востребованными в теоретическом и практическом изучении те потребности, которые реализуются в сфере межличностных отношений, разрешая таким образом целый ряд проблем научного характера. Об этих процессах как взаимосвязанных феноменах писал еще основоположник теории отношений в отечественной психологии В. Н. Мясищев. Действительно, глобальные общественные проблемы отношений опосредованы и могут решаться через систему психологических, межличностных взаимодействий.

Профессионалы самых разных специализаций в системах человек – человек, человек – природа, человек – машина сталкиваются в профессиональной и других видах деятельности с массой коммуникативных барьеров, проблемами позиционирования и этики, которые могут быть решены благодаря знанию психологических закономерностей формирования, функционирования, развития и совершенствования собственных коммуникативных навыков. Вот почему столь востребованы сегодня, впрочем, как и во все времена, знания о взаимоотношениях, взаимодействиях, взаимовосприятии людей.

Понятно, что человек, умеющий быть принятым в сообществе коллег на личностном и деловом уровнях, окажется более успешным и эффективным в коллективной работе, в карьерном росте. Психологический аспект отношений сотрудников в любом трудовом коллективе, несомненно, способствует развитию ряда компетенций, выводящих отношения на новый уровень общей культуры, осознанности действий, общения и поведения.

Прогнозирование, перспективы, познание дальнейших направлений и сфер деятельности профессионалов оказываются невозможными без присутствия в процессе деятельности опосредования ее принципами психологичности отношений, восприятия и понимания

людьми друг друга. Только потребность в познании психологии человека, этапов его становления, формирования высокой духовности, нравственности позволит проработать личностные характеристики, способы и приемы перестройки собственного внутреннего мира, возможностей и резервов с целью оптимизации общения и уровня деловых отношений. Рациональный путь выхода из конфликтов, неизбежных в трудовой деятельности, умение разобраться в себе, отношении к миру людей – этот путь всегда будет менее травматичным и не столь наполненным ситуациями неопределенности при условии знаний психологии взаимодействия, психологии грамотного делового общения.

Прикладное значение таких знаний весьма актуально для специалистов любых профилей профессиональной деятельности: деловое общение, пронизывающее все сферы взаимодействия и влияния людей, определяет степень их профессионализации, качество поведения и умение общаться.

Раздел I. ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ, ПРОЯВЛЯЮЩИЕСЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОВЕДЕНИИ И ОБЩЕНИИ

1. Оценка и самооценка личности

Любые межличностные отношения, включая и деловые, начинаются с познания и оценки человеком прежде всего самого себя, восприятия самооценки как адекватной, соответствующей грамотному прочтению себя и других. В структуре личности оценка и самооценка личности входят в самосознание как структурные компоненты, они развиваются и совершенствуются в онтогенезе вместе со структурой личности. Именно через индивидуальность личности, сформированность в том числе оценки и самооценки как базовых свойств, в сплаве врожденных и приобретенных качеств в процессе воспитания, социализации человек формирует стиль поведения, деятельности и общения.

В самооценке выражается определенное эмоциональное и ценностное отношение к себе в процессе самопознания. В самооценке мы оцениваем свои способности, возможности, поступки, достижения, мотивацию достижения желаемого, избегания неудач в деловом и личностном общении, причем даже правильная самооценка, как правило, неосознаваема нами, тогда как обстоятельства жизни определяются некими фундаментальными убеждениями, принципами, установками.

Поскольку самооценка у каждого может быть завышенной, заниженной и адекватной, разные люди в одной и той же ситуации будут действовать и вести себя по-разному в соответствии с собственной индивидуальной оценкой происходящего. Практическая психология, изучающая сферу деловых отношений, доказывает, насколько неэффективен в своей деятельности коллектив и социально-психологический климат в нем, когда доминируют сотрудники с крайними проявлениями завышенной или негативной самооценки. Эти проявления отличаются весьма определенным своеобразием в поведении и общении. Так, при завышенной самооценке у человека появляется несколько идеализированное представление о своей личности, собственной ценности для окружающих, он игнорирует известную мысль поэта о том, что «быть знаменитым некрасиво, не это поднимает в высь...» (Б. Л. Пастернак). Такой человек, как правило, не замечает собственных ошибок и, к сожалению, не работает над самосовершенствованием. Другая

крайняя точка неадекватных проявлений личности в поведении и общении обусловлена заниженной самооценкой, ведущей к робости, застенчивости, невозможности самореализации в деятельности и взаимодействии с окружающими. Необходимость в постоянной поддержке, опоре на других, неуверенность в собственных силах, самокритичность характеризуют таких людей, часто испытывающих комплекс неполноценности, проявляющийся в самых разных аспектах жизни: жалобах, обвинениях, поисках виноватых в их несчастной доле, потребности в одобрении, склонности к депрессии. Эти разные формы и проявления заниженной самооценки часто обусловлены воспитанием в семье, системой детско-родительских отношений, разными стилями общения родителей: либо авторитарным, либо попустительским.

И только адекватная (нормальная) самооценка формирует грамотный уровень притязаний, здоровое отношение к собственным способностям и возможностям, успеху и неудаче в деятельности, в общении, достижении целей. Формирование и развитие позитивной самооценки, несомненно, дает определенные жизненные установки, способствует выработке оптимистической направленности интересов, действий, позиций в жизни, а следовательно, становится фундаментом достижений и выработки принципов адекватного подхода к разным сторонам жизнедеятельности.

2. Темперамент и характер человека: влияние на стиль деятельности и общения

А. В. Петровский определяет темперамент как индивидуально своеобразную, природно обусловленную совокупность динамических проявлений психики.

Представление о темпераменте конкретного человека складывается на основании характерных для него особенностей. Так, сангвиник – это человек, психически активный, быстро отзывающийся на окружающие его события, стремящийся к быстрой смене впечатлений, легко переживающий неудачи, живой, подвижный, с выразительной мимикой и движениями. Флегматик – это человек невозмутимого спокойствия, устойчивого настроения, постоянства и глубины чувств, с равномерностью действий, речи, слабым внешним выражением эмоциональных состояний. Холерик – очень энергичный человек, отдаётся

делу со страстью. Быстрый и порывистый, он склонен к бурным эмоциональным вспышкам, резкой смене настроения, стремительным движениям. Меланхолик – человек впечатлительный, с глубокими переживаниями, легкоранимый, слабо реагирующий на окружающее, со сдержанными движениями и приглушенной речью. Это основные типы темперамента, но нет человека, которого можно было бы отнести только к одному из названных типов темперамента.

Темперамент связан с типом внешней нервной деятельности (ВНД). И. П. Павлов создал классификацию основных типов ВНД в зависимости от параметров нервных процессов:

1. Сильный уравновешенный быстрый (живой).
2. Сильный уравновешенный медленный (спокойный).
3. Сильный неуравновешенный (безудержный).
4. Слабый.

Тип ВНД наследственно обусловлен, но может меняться под влиянием окружающих условий. Например, известно, что тренировкой можно укрепить тормозные процессы, что существуют возрастные изменения нервных процессов. Связь между типом ВНД и типом темперамента следующая: первому типу ВНД соответствует сангвинический темперамент, второму – флегматический, третьему – холерический, четвертому – меланхолический.

Б. М. Теплов и В. Д. Небылицын открыли такие свойства нервной системы, как динамичность (скорость образования временных связей в коре головного мозга), лабильность (от этого свойства зависит скорость возникновения и прекращения нервного процесса), подвижность (т. е. быстрота смены процессов).

В. С. Мерлин исследовал свойства нервной системы, влияющие на разные стороны темперамента, и уточнил, что каждая из динамических черт активности, эмоциональности, моторики зависит от типа нервной системы в целом.

Существуют подвижные и инертные типы деятельности. Так, в некоторых их видах от темперамента зависят ход и результат деятельности. То же самое обнаруживается и в разных профессиональных видах деятельности: например, летчик-испытатель, диспетчер, актер – это профессии, требующие разных типов нервной системы. В. С. Мерлин и Е. А. Климов показали, что индивидуальный стиль деятельности вырабатывается на основе темперамента и его свойств с детства в ходе обучения и воспитания.

Под характером следует понимать не любые индивидуально-психологические особенности человека, а только совокупность наиболее выраженных и относительно устойчивых черт личности, типичных для данного человека и систематически проявляющихся в его действиях и поступках. Нет двух людей, у которых были бы совершенно одинаковые характеры.

Характер (от греческого «печатать, чеканка») – совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обуславливая типичные для нее способы поведения.

Характер взаимосвязан с темпераментом. Темперамент – врожденная биологическая основа характера (Л. С. Выготский, С. Л. Рубинштейн, Б. Г. Ананьев). Характер – сплав врожденных свойств ВНД с приобретенными в течение жизни индивидуальными чертами. В зависимости от типа темперамента одни черты приобретаются легче, другие труднее.

Характер не только испытывает влияние темперамента, но и оказывает воздействие на его свойства:

- под влиянием характера человек направленно учится регулировать проявления отдельных свойств темперамента – в течение длительной работы над этими свойствами они могут частично измениться;
- характер маскирует свойства темперамента – динамика поведения в некоторых типичных ситуациях начинает зависеть не от темперамента, а от мотивов и отношений личности.

Черты характера – те или иные особенности личности человека, которые систематически проявляются в различных видах его деятельности и по которым можно судить о его возможных поступках в определенных условиях.

В структуре характера выделяют две группы черт:

1) черты, выражающие направленность личности (устойчивые потребности, установки, склонности, идеалы, цели) и систему отношений к окружающей действительности;

2) интеллектуальные, волевые, эмоциональные черты характера.

Черты характера можно классифицировать по другим признакам:

1. Моральным (правила и нормы поведения в обществе. Формы проявления: убеждения, желания, мировоззрения, идеалы, интересы, влечения). Моральные черты характера могут быть устойчивыми и неустойчивыми.

2. Отношению к другим людям (гуманизм, чуткость, доброжелательность, трусость, злорадство).

3. Отношению к самому себе (чувство собственного достоинства, скромность, гордость, самоуничижение, эгоизм, зазнайство).

4. Волевым.

5. Отношению к труду (трудолюбие, творчество, лень).

6. Отношению к излишествам.

7. Отношению к общественным и личным ценностям (аккуратность, бережливость, расточительность, неряшливость).

Черты характера взаимосвязаны и относительно устойчивы, что дает возможность прогнозировать поведение человека.

Теоретические и экспериментальные подходы к исследованию характера представлены А. Г. Маклаковым. Все типологии человеческих характеров исходят из ряда общих идей:

– характер человека формируется в онтогенезе относительно рано и на протяжении остальной жизни проявляет себя как более или менее устойчивое личностное образование;

– сочетание личностных черт, которые входят в характер человека, не является случайным;

– большая часть людей в соответствии со своими основными чертами характера может быть разделена на типовые группы.

Понятие акцентуаций характера было введено немецким ученым К. Леонгардом.

Акцентуации – преувеличенное развитие отдельных свойств характера в ущерб другим, в результате чего ухудшается взаимодействие с окружающими людьми. Выраженность акцентуаций может быть различной.

К. Леонгард выделяет десять типов акцентуаций. По мнению К. Леонгарда, акцентуации личности прежде всего проявляются в общении с другими людьми, поэтому, оценивая стили общения, можно выделить определенные типы акцентуаций: гипертимный, педантичный, эмотивный, экзальтированный, застревающий и др. Позднее классификацию характеров на основе описания акцентуаций предложил А. Е. Личко (у подростков). Э. Фромм дал социальную типологию характеров. Классификация характеров К. Юнга включала экстравертированный и интровертированный типы.

Понятно, что, научившись распознавать позицию партнера по общению, выбирать и гибко менять собственную позицию в общении,

понимать и анализировать характерологические особенности партнеров, можно применять все эти навыки и умения в полноценной регуляции поведения и оптимизации делового общения с коллегами. Например, изучив типы акцентуаций характера, можно грамотно регулировать взаимодействие с партнерами. Так, с демонстративным типом следует рационально фильтровать получаемую от него информацию, потому что она пронизана субъективными эмоциями такого человека. С педантом лучше общаться на «терапевтическом уровне»: подбадривать, использовать безоценочную тактику общения. При общении с застревающим типом следует помочь разобраться с его проблемами в общении с другими. С возбудимым типом акцентуированной личности нужно всегда помнить о возможных вспышках агрессии, неожиданных реакциях в поведении, необходимо следить за «языком тела»: жестами, мимикой, позой по отношению к партнеру.

Кроме этого следует отметить, что характер меняется во времени, зависит от среды и жизненных обстоятельств. В связи с этим важно прогнозировать возможные его трансформации. Известно, что тенденция к лидерству может перейти во властность и даже деспотичность; уверенность в себе – в самоуверенность и самовлюбленность; требовательность может стать причиной непримиримости и жестокости; скептицизм может перерасти в негативизм, а уступчивость – в кротость и пассивность подчиненного; добросердечие – в чрезмерный конформизм. Подобные изменения возможны, поэтому в общении следует учитывать пути и способы их преобразования в позитивные характерологические образования.

3. Познавательная сфера личности: психические процессы

Чтобы уметь общаться адекватно, грамотно использовать параметры познавательной сферы в профессиональной среде, человеку необходимо знать основы развития и функционирования таких феноменов познавательной сферы, как внимание и познавательные процессы, а именно: на так называемой сенсорной ступени познания мы используем ощущение и восприятие как процессы психики, непосредственно отражающие воздействие окружающего мира, а на интеллектуальной ступени познания, доступной исключительно человеку, в отличие от чувственной, доступной и животным, мы применяем такие психические процессы, как память, мышление, воображение и речь.

Обратимся к описанию каждого из явлений, входящих в познавательную сферу, вне которой невозможно становление общения в человеческих контактах.

Определений *внимания* в современной психологии достаточно много. Важно, что в большинстве определений внимание характеризуется не как самостоятельная функция психической деятельности, а как общий компонент всех психических процессов. Осознанное протекание любой деятельности, любого психического процесса (ощущения, восприятия, памяти, мышления, волевой или эмоциональной активности) возможно только при наличии внимания.

В учебнике общей психологии под редакцией В. В. Богословского внимание характеризуется как направленность психической деятельности и сосредоточенность ее на определенном объекте, имеющем для субъекта устойчивую или ситуативную значимость при одновременном отвлечении от всего остального.

В «Общей психологии» под редакцией А. В. Петровского читаем, что внимание – это направленность и сосредоточенность сознания, предполагающие повышение уровня сенсорной, интеллектуальной или двигательной активности индивида.

Обе характеристики содержат указание на направленность и сосредоточенность сознания на каком-либо объекте. Это имеет значение для выявления определяющей черты внимания – его избирательности (селективности).

Таким образом, сущность внимания состоит в отборе нужной, важной для ориентации в жизни информации.

А. Р. Лурия в книге «Внимание и память» определяет внимание как осуществление отбора нужной информации, обеспечение избирательных программ действий и сохранение постоянного контроля над их протеканием.

По характеру происхождения и способам осуществления выделяют два основных вида внимания: произвольное и непроизвольное. Второе развивается на основе первого, поэтому это разные уровни внимания. И если произвольное внимание основано на безусловных рефлексах, то произвольное – на условных.

Непроизвольное внимание – это сосредоточение сознания на объекте в силу его особенностей как раздражителя. Прежде всего важны такие особенности раздражителя, как новизна, контрастность

в сравнении с другими раздражителями. Преднамеренное, или произвольное, внимание вызывается не внешними особенностями раздражителя, а осознанными особенностями субъекта. Это активное, волевое внимание. *Произвольное внимание* – сознательно регулируемое сосредоточение на объекте, направляемое требованиями деятельности, связанное с постановкой цели и приложением усилий воли для её достижения. Особый, третий вид внимания – *послепроизвольное внимание* (понятие ввёл психолог Н. Ф. Добрынин). Послепроизвольное внимание – это сосредоточенность на объекте в силу его ценности для личности. Послепроизвольное внимание не требует волевых усилий, продуктивная работа продолжается уже в силу интереса и положительных эмоций от успеха.

Существует два критерия различения видов внимания: наличие или отсутствие цели и наличие или отсутствие волевых усилий (табл. 1).

Таблица 1

Виды внимания

| Виды внимания | Критерии различения | |
|-------------------|---------------------|------|
| | Цель | Воля |
| Непроизвольное | – | – |
| Произвольное | + | + |
| Послепроизвольное | + | – |

Рассмотрим следующие свойства внимания.

Объем внимания – это количество объектов, которое может быть охвачено вниманием в ограниченный отрезок времени.

Для определения объема внимания группу объектов экспонируют 1/10 с. Объем внимания взрослого человека – 4 – 6 объектов, не связанных между собой, а объем внимания детей – 2 – 4 объекта. $V_{\text{вним.}} = 7 \pm 2$ (по Г. Миллеру).

Распределение внимания – способность человека одновременно выполнять несколько разнородных операций, одновременно удерживать в центре внимания несколько объектов.

Концентрация внимания – это степень сосредоточенности внимания на объекте, интенсивность внимания.

Устойчивость внимания – это длительность сосредоточения на объекте. Устойчивость внимания связана с динамическими особенностями внимания, например, с флуктуациями – колебаниями внимания

(непроизвольные кратковременные изменения степени интенсивности внимания): слушаем часы – то слышим, то не слышим тиканья.

Переключение внимания – это намеренный перенос внимания с одного объекта на другой.

Отвлечение внимания – неосознанный перенос внимания, потеря цели внимания, объекта. Взрослый человек должен уметь наблюдать и за чрезмерной подвижностью внимания, и за его инертностью.

По определению А. Р. Лурии, основным источником наших знаний о внешнем мире и о собственном теле являются *ощущения*. Это каналы, по которым информация о явлениях внешнего мира доходит до мозга, что дает человеку возможность ориентироваться в окружающей среде. Иначе сознательная жизнь не была бы возможной.

Опыты физиологов и психологов доказали, что нарушение притока информации, связанное с глухотой или потерей зрения, вызывает задержки в психическом развитии. Таким образом, следует говорить о чрезвычайной значимости ощущения как психического процесса в жизни человека.

Ощущение – это психический процесс отражения отдельных свойств предметов при их непосредственном воздействии на органы чувств.

В современной психологии принято представление об ощущениях как об активном процессе. Это представление и лежит в основе рефлексорной теории ощущений. Известно, что животные активно выделяют из воздействий внешнего мира только те, которые имеют для них биологически важное значение. Этот факт указывает на избирательный, активный характер ощущений. Кроме того, доказано, что в состав каждого ощущения входит движение (сужение сосудов, мышечные реакции, поворот глаз и движение руки).

Отрезок времени от нанесения раздражения до возникновения ответной реакции называется латентным (скрытым). Для тактильных ощущений он равен 130, для болевых ощущений – 370, для вкусовых – 50 миллисекундам. Следует помнить, что чувствительность как способность иметь ощущения в элементарном проявлении имеет, безусловно, рефлексорный характер (реакция новорожденного на звук, свет), но все богатство человеческих ощущений в ходе жизни на основе работы анализаторов носит условно-рефлексорный характер.

Существуют различные подходы к классификации ощущений.

По модальностям, т. е. видам, ощущения бывают такими: обоняние, вкус, осязание, слух и зрение. А. Р. Лурия предлагает наиболее крупные и существенные группы ощущений разбить на три основных типа: интероцептивные, проприоцептивные и экстероцептивные. В «Атласе по психологии» авторов М. В. Гамезо и И. А. Домашенко объясняется, что интероцепторы – рецепторы, расположенные на внутренних органах, передают сигналы из внутренней среды организма; проприоцепторы сигнализируют о положении различных частей тела и их движении, а экстероцепторы сигнализируют о различных характеристиках внешнего мира.

Общие свойства ощущений таковы. Модальность (разновидность) – качественное своеобразие, вид. Внутри некоторых модальностей можно выделить субмодальности, например вкусовую (вкусовые ощущения). Всего четыре субмодальности: соленое, горькое, кислое, сладкое.

Инерционность – ощущение не возникает в тот момент, когда действует раздражитель (это миллисекунды, но их можно измерить); возникшее в анализаторе ощущение также не исчезает мгновенно, оно сохраняется (последовательные образы). Длительность ощущения – временная его характеристика. Интенсивность – его количественная характеристика, зависит от силы действующего раздражителя и функционального состояния рецептора (например, при насморке интенсивность ощущения запахов может быть искажена).

Степень чувствительности – количественные параметры основных характеристик ощущений. Существуют два вида чувствительности: абсолютная и чувствительность к различению.

Человеческие органы чувств – удивительно тонкие аппараты. Так, человеческий глаз может различить световой сигнал в 1/1000 свечи на расстоянии 1 км. Но одновременно мы можем не услышать звук с частотой выше 20 000 Гц.

В психофизиологии различают два вида порогов: порог абсолютной чувствительности и порог различения.

Наименьшая сила раздражителя, при которой возникает едва заметное ощущение – это нижний абсолютный порог чувствительности. Наибольшая сила раздражителя, при которой еще существует ощущение данного вида, – верхний абсолютный порог чувствительности. Пороги ограничивают зону чувствительности анализатора к конкретному

виду раздражителя. Нижний порог ощущений определяет уровень абсолютной чувствительности данного анализатора. Между абсолютной чувствительностью и величиной порога существует обратная зависимость.

Формула $E = 1/p$ показывает, что чем меньше величина порога (p), тем выше чувствительность анализатора (E). Для вызова вкусовых ощущений нужно в 25 000 раз больше молекул, чем для создания обонятельного ощущения (8 молекул).

Минимальное различие между двумя раздражителями, вызывающее едва заметное ощущение, называется порогом различения, или разностным порогом. Немецкий физиолог Э. Вебер (1795 – 1878) утверждал, что порог различения относителен, а не абсолютен.

Следует учитывать, что для данного анализатора порог различения – величина постоянная: для зрительного анализатора – 1/100, для слухового – 1/10, для тактильного – 1/30.

К свойствам ощущений относится и адаптация – приспособление, изменение чувствительности органов чувств под влиянием действия раздражителя. Всем известно, что человек, перешедший из ярко освещенного помещения в темное, сначала ничего не видит; необходимо определенное время, чтобы начать хорошо ориентироваться в темноте.

Взаимодействие ощущений – это изменение чувствительности одной анализаторной системы под влиянием другой. Известны следующие формы взаимодействия ощущений:

- с одинаковой модальностью (в пределах одной модальности) – контраст ощущений (например, на синем белый лист), гармония и дисгармония ощущений;

- с разной модальностью – сенсibilизация и синестезия.

Сенсibilизация – это повышение чувствительности анализатора под влиянием внутренних факторов. Так, изменение чувствительности может быть вызвано воздействием речи: при словах «кислый, как лимон» наблюдаются факты изменения чувствительности глаз и языка. Оказалось, что сенсibilизация может быть достигнута с помощью упражнений: например, у детей, занимающихся музыкой, можно развить звуковысотный слух.

Синестезия – возникновение под влиянием раздражения одного анализатора ощущения, характерного для другого анализатора (вспомним о лимоне – это зрительно-вкусовая синестезия). Известные случаи синестезии – способность цветного слуха у композиторов Н. А. Римского-Корсакова, А. Н. Скрябина, М. Чюрлениса.

В жизненной практике можно говорить о совершенствовании многих свойств наших ощущений в результате упражнений: остроты зрения у шлифовальщиков, слухового различения шумов в сердце у врачей-кардиологов. Миру известны имена слепоглухонемой О. И. Скороходовой, ученого, описавшего воспринимаемый ею мир; Лины По, скульптора, лишенного зрения и создавшего лучший бюст А. П. Чехова, слепоглохого доктора психологических наук А. В. Суворова.

Восприятие – качественно новая ступень чувственного познания, это психический процесс отражения в сознании человека предметов и явлений в совокупности их свойств и частей при непосредственном воздействии на органы чувств.

В восприятии всегда сказываются особенности личности, ее отношение к воспринимаемому объекту, потребности и интересы. Следует учитывать (при рассмотрении восприятия как перцептивной деятельности) зависимость восприятия от содержания психической жизни человека, от особенностей его личности. Эту зависимость в психологии принято называть апперцепцией.

Восприятие – это не просто беспристрастное копирование воздействующих на сознание объектов, а активная, личностно обусловленная перцептивная деятельность, имеющая свою структуру.

Физиологической основой восприятия является комплексная деятельность системы анализаторов. Традиционно в психологии рассматриваются следующие свойства восприятия.

Модальность – это вид восприятия; деление на виды основано на преобладающей роли того или иного анализатора в отражении объекта. Например, слуховое восприятие будет обеспечено при доминировании слухового анализатора в ходе восприятия. Следует учитывать, что восприятие любой модальности возможно при взаимосвязанной работе ряда анализаторов.

Предметность – следующая характеристика восприятия – родовой признак восприятия. Каждый воспринимаемый предмет мы относим к классу подобных ему предметов.

Целостность – это такое свойство восприятия, благодаря которому мы опознаем предмет по его отдельным признакам.

Константностью восприятия называется относительное постоянство воспринимаемых свойств предметов при измерении условий их восприятия. Константность – относительное постоянство свойств предметов, так как, например, значительное удаление объекта приводит к исчезновению константности величины. Константность восприятия формы предмета в том, что квадрат, например, мы воспринимаем квадратом, даже если он расположен под углом.

Константности восприятия противоположна иллюзия. Ведь не всегда предметы воспринимаются в точном соответствии с объективно существующими признаками, например, часто в этом случае упоминают железнодорожные рельсы, кажущиеся сходящимися в одной точке, хотя всем известно, что они параллельны.

Р. М. Грановская в книге «Элементы практической психологии» (М., 1988, С. 30) приводит сведения о том, что все свойства восприятия не являются врожденными, а развиваются в течение жизни. Так, у ребенка двух-трех лет константность несовершенна, а к 10 годам уже как у взрослого человека. Психолог Ж. Пиаже утверждал, что константность восприятия величины и расстояния развивается уже в младенчестве, но только по отношению к ближнему пространству, в котором ребенок непосредственно действует.

В соответствии с тем, какой анализатор играет доминирующую роль в восприятии, различают зрительные, слуховые, осязательные, кинестезические, обонятельные и вкусовые восприятия.

Основа другого типа классификации восприятия – формы существования материи: пространство, время и движение. Собственно, различают восприятие пространства, восприятие времени и движения.

Восприятие пространства включает в себя восприятие формы, величины и взаимного расположения предметов, их удаленности, направленности.

Восприятие времени – это отражение объективной длительности, скорости и последовательности явлений действительности.

Восприятие движения – это отражение изменения положения, которое объекты занимают в пространстве.

Память – всеобщее свойство живых организмов.

Память – основа психической жизни личности, ведь человек перестал бы ориентироваться в окружающей среде, если бы не сохранял следы воздействия окружающих его предметов в памяти.

Память – это психический процесс запоминания, сохранения, последующего узнавания и воспроизведения следов прошлого опыта (обстоятельств жизни и деятельности личности). Таким образом, память – это сложный психический процесс, состоящий из нескольких частных процессов, связанных друг с другом.

И. М. Сеченов называл память краугольным камнем психического развития. Память связывает воедино наш прошлый опыт с настоящим, ориентируя на деятельность в будущем.

Особенности памяти как процесса.

1. Она связана со всеми психическими структурами.

2. Память не направлена на непосредственное отражение мира, а имеет дело со вторичными образами и понятиями, оперирует тем, что осталось в ней. Эти способности называют мнемическими, т. е. способностями запоминания.

«Краткий словарь системы психологических понятий» К. К. Платонова определяет ассоциацию как отражение в сознании связей познаваемых феноменов, когда представление об одном вызывает появление мысли о другом. Психологами было выделено несколько видов ассоциаций: по смежности во времени, смежности в пространстве, по сходству и контрасту. Ассоциации – механизм запоминания и воспроизведения, но всех явлений памяти они не исчерпывают. На основе ассоциативности памяти был открыт закон забывания Германа Эббингауза. В соответствии с этим законом (выведенным на основе опытов с запоминанием трехбуквенных слогов) забывание вначале идет довольно быстро: в течение одного часа забывается до 60 %, через шесть дней остается менее 20 % от общего числа первоначально выученных слогов.

В «Общей психологии» под редакцией А. В. Петровского отмечено, что определенная организация материала играет большую роль в запоминании, но ее функция может быть реализована только в деятельности субъекта.

В начале XX века возникла смысловая теория памяти (А. Бине, К. Бюлер). На первый план при запоминании и воспроизведении материала выдвигается смысловое содержание материала. Смысловое запоминание подчиняется иным законам, чем механическое.

В настоящее время в отечественной психологии развивается теория деятельностного опосредования всех психических процессов, доказывающая, что запоминание зависит от того, какую роль играет данный материал в деятельности человека. В контексте этой теории память выступает как особый вид психической деятельности, включающий систему теоретических и практических действий, подчиненных решению мнемической задачи – запоминания, сохранения и воспроизведения разнообразной информации (А. Н. Леонтьев, П. И. Зинченко, А. А. Смирнов).

Если исходить из тезиса теории деятельностного опосредования психических процессов о том, что образование связей между представлениями определяется тем, что с запоминаемым материалом делает субъект, то такое понимание механизмов памяти соответствует положениям физиологической теории И. П. Павлова. Образование условно-рефлекторных связей между имеющимся опытом и новыми впечатлениями является физиологической основой памяти («Общая психология» / под ред. А. В. Петровского. М., 1970. С. 261).

Временные нервные связи, образовавшиеся после тренировки, сохраняются в течение значительного периода времени и даже на протяжении всей жизни человека. Например, в пожилом возрасте люди помнят иностранные слова, заученные в детстве, хотя всю жизнь говорили на другом языке. При извлечении из хранилища памяти часть временных связей не оживляется, а затормаживается, устраняя помехи для образования условного рефлекса. Когда под воздействием предмета и явления оживляется нужная временная связь, происходит узнавание.

Подобные примеры приведены в работе Л. И. Куприяновича «Резервы улучшения памяти».

Виды памяти таковы: словесно-логическая, образная, эмоциональная, двигательная.

Словесно-логическая память – это память на знания в речевой форме логических схем, математической символики. Словесно-логический вид памяти связан со складом ума человека, склонного к философским обобщениям, теоретическим рассуждениям.

Образная память – память на представления. Представление – это образ предмета или явления, не воздействующего в данный момент на органы чувств. Уровень развития образной памяти неодинаков для разных модальностей, поэтому различают зрительную, слуховую, обонятельную, вкусовую, двигательную память. Очень высок уровень развития зрительной памяти, например, у шахматистов.

При эмоциональном виде памяти прежде всего сохраняются и воспроизводятся пережитые человеком чувства. Эмоциональная память хорошо развита у актеров.

Двигательная память – это запоминание, сохранение и воспроизведение различных движений и их систем. Таким видом памяти обладают спортсмены, танцовщики. Достаточно вспомнить такой впечатляющий пример: М. М. Плисецкая, народная артистка СССР, выучила свою партию в балете «Гибель розы» (постановка М. Бежара) всего за несколько дней.

Существуют несколько критериев для классификаций видов памяти.

По временной характеристике различают мгновенную память (или иконическую, следовую), она существует $1/4$, $1/8$ долю секунды; кратковременную (или первичную), действует до 20 – 30 с. Кратковременную память характеризует объем 5 – 9 единиц информации; оперативная рассчитана на хранение информации в течение определенного, заранее заданного срока от нескольких секунд до нескольких дней; долговременная (вторичная) память способна хранить информацию в

течение практически неограниченного срока; вечная (третичная) – информация держится на протяжении всей жизни (например, лица родственников).

По наличию или отсутствию цели различают произвольную и непроизвольную память.

В зависимости от ведущей модальности память может быть осязательной, обонятельной, тактильной, слуховой, зрительной, кинестетической.

По степени обработки материала она бывает механической и смысловой.

Запоминание, сохранение, забывание и воспроизведение – процессы памяти. Эти процессы рассматриваются, как правило, на основе функции, выполняемой памятью в жизни и деятельности.

Запоминание – процесс памяти, в результате которого происходит закрепление нового путем связывания его с приобретенным ранее. Запоминание всегда избирательно, т. е. запоминается всегда то, что значимо для субъекта, определяется его целями, мотивами и способами деятельности. Запоминание протекает в следующих формах: запечатление (прочное и точное сохранение событий в результате однократного предъявления материала на несколько секунд), непроизвольное запоминание (сохранение в памяти событий в результате их многократного повторения), произвольное запоминание (связано с необходимостью сохранить знания, навыки, важные в трудовой деятельности), заучивание (запоминание с целью сохранить определенный материал). Запоминание может быть механическим и смысловым.

Следующий процесс памяти – сохранение.

Сохранение – это более или менее длительное удержание в памяти сведений, полученных на опыте. Сохранение имеет две стороны: собственно сохранение и забывание. Сохранение – процесс динамичный, так как ранее полученные знания взаимодействуют с новыми, обобщаются.

Забывается прежде всего то, что перестает быть существенным для индивида. Психологи считают, что больший процент забывания приходится на первые 48 ч после заучивания материала. Немецкий

психолог Г. Эббингауз отмечал, что забывание наиболее интенсивно сразу после заучивания, а потом замедляется (по кривой забывания Эббингауза), причем чем более осознан материал, тем медленнее он забывается, поэтому рекомендуется повторение материала. Главное средство борьбы с забыванием – использование знаний на практике.

Воспроизведение – следующий процесс памяти – это воссоздание в деятельности и общении сохраненного в памяти материала. Уровни воспроизведения: узнавание, собственно воспроизведение и припоминание. Здесь следует ввести понятие реминисценции. Это отсроченное воспроизведение ранее воспринятого, казавшегося забытым.

Каковы же типичные особенности памяти? Учебник психологии под редакцией В. В. Богословского называет четыре группы этих особенностей (см. «Общая психология». М., 1981. С. 230). Обратимся к параметрам индивидуальных особенностей памяти.

Объем памяти указывает на количество единиц информации, которое люди обычно удерживают в памяти. Объем памяти равен «магическому числу Миллера» 7 ± 2 . Его нужно учитывать в обучении.

Точность памяти – это способность без искажения воспроизвести информацию.

Мобилизационная готовность памяти – умение припомнить нужный в данный момент материал, этому способствуют, например, опорные сигналы В. Ф. Шаталова.

Во многих работах ученых об особенностях человеческой памяти приводятся примеры возможностей памяти, ее индивидуальных особенностей, например, известна феноменальная память Михаила Куни.

Александр Македонский знал по имени несколько десятков тысяч своих солдат, ходят легенды о памяти на лица Наполеона и Суворова. Интересный пример о том, как В.-А. Моцарт с одного прослушивания запомнил и сыграл всю мессу, ноты которой хранились в тайне, приводит в своем исследовании Л. А. Куприянович. Исключительной музыкальной памятью обладали композиторы И. Глазунов и С. Рахманинов. И. Левитан писал по памяти пейзажи.

По А. Н. Леонтьеву, *мышление* долгое время изучалось философией и логикой и не было предметом изучения психологии. К нашему времени сформировались различные точки зрения на мышление.

В современной психологии под мышлением понимается психический процесс опосредованного и обобщенного отражения действительности человеком в ее существенных связях и отношениях при участии речи. Исходя из этого следует учитывать три основные особенности мышления: опосредованный характер мышления, его обобщенность и связь с речью. Они отмечены в определениях мышления как психического процесса А. Н. Леонтьевым, А. В. Брушлинским и другими российскими психологами.

Опосредованный характер мышления заключается в том, что оно отражает не только то, что непосредственно воздействует на человека, но и то, что непосредственного действия не оказывает. То, что не поддается непосредственному познанию, можно познать опосредованным путем. Например, невозможно непосредственно изучить рельеф, атмосферу планет, на которых человек пока еще не побывал, а опосредованно это достигается.

Вторая особенность мышления – его обобщенность, т. е. объединение предметов на основе их общих свойств одновременным обозначением их одним словесным знаком (например, в слове стол обобщены все предметы этого рода независимо от их размеров, формы, цвета, функций и т. д.: письменный, журнальный, квадратный, круглый). По словам В. И. Ленина, всякое слово уже обобщает.

Третья особенность мышления – его связь с речью. В словесно-логическое мышление всегда входит как составной компонент чувственный образ, любая мысль – это и образ, и слово. Человеческое мышление опирается на вторую сигнальную систему – речь.

Мышление всегда целенаправленно и произвольно, так как любой акт мышления служит ответом на вопрос, возникающий в сознании.

Мышление – такая целенаправленная интеллектуальная деятельность, которая может быть представлена как решение теоретических или практических задач, но при этом следует отличать проблемную ситуацию и задачу. Проблемная ситуация возникает тогда, когда в ходе

деятельности человек столкнулся с чем-то неизвестным. А. В. Петровский в «Общей психологии» приводит следующий пример: лётчик обнаружил что-то «непонятное» с мотором. Когда он выяснит, что именно происходит, в какой части мотора и почему, тогда после анализа проблемной ситуации возникает и формулируется задача.

Хотя мышление нельзя сводить к решению задач, лучше всего формировать мышление именно в ходе решения задач, когда человек наталкивается на посильные для него проблемы и формулирует их. В последнее время активно разрабатываются методы обучения, направленные на то, чтобы поставить ученика в положение исследователя.

Какие этапы определяют ход решения задачи?

1-й этап – формулировка вопроса задачи на основе анализа проблемной ситуации;

2-й этап – поиск возможных путей решения вопроса, выдвижение гипотез;

3-й этап – собственно решение задачи после отбрасывания гипотез, не соответствующих вопросу. На этом этапе необходимо получить новую информацию, уточнить вопрос, определить последовательность действия (использовать алгоритм). Может возникнуть инсайт-решение – внезапное, интуитивное решение.

4-й этап – этап проверки решения задачи.

В зависимости от доступности содержания задачи решение осуществляется разными способами: наиболее типичен для человека способ проб и ошибок, но развивающие интеллект способы решения задачи таковы: использование алгоритма, трансформация условий задачи, эвристические способы решения задачи (например, брейн-ринг, метод мозговой атаки).

В решении задач желательно использовать такие свойства ума, как самостоятельность, критичность, оригинальность, гибкость, логичность, глубину.

Традиционно выделяются следующие операции, или процессы мышления: анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, обобщение, классификация, систематизация.

Анализ – мысленное расчленение целого на составляющие его части, обнаружение существенных признаков, отдельных сторон предмета или явления. Анализировать можно теоретически и практически. Генетически теоретический анализ появляется позже практического, ведь если бы, допустим, не было практических знаний о составе какого-либо предмета, мы (до опыта) не могли бы расчленить его теоретически. Например, когда мы съедем яблоко и рассмотрим, из чего оно состоит, теоретически можем разложить его на отдельные части: кожуру, мякоть, семечки.

Синтез – объединение частей в целое на основе установленных между ними связей. Анализ и синтез протекают одновременно, взаимодействуют.

Сравнение – установление сходства и различия между предметами. Любое качество или количество выявляется через сравнение.

Абстрагирование – выделение одних признаков и отвлечение от других.

Обобщение – объединение предметов или явлений по их существенным признакам и свойствам.

Классификация – это разделение и последующее объединение объектов по каким-либо основаниям.

Систематизация – разделение и последующее объединение, но не отдельных предметов как при классификации, а их групп или классов. Каждая из этих операций выполняет определенную функцию в процессе познания и находится во взаимодействии с другими операциями.

Мышление протекает в трех формах: понятие, суждение и умозаключение.

Понятие – форма мышления, которая отображает единичное и особенное, являющееся одновременно и всеобщим.

Понятие – это форма мышления, в которой отражаются общие и существенные свойства предметов и явлений.

Например, мы говорим «яблоня», имеем в виду ствол, ветви, плоды именно яблоневого дерева, хотя ему присущи и характеристики любого дерева вообще. Такая форма мышления называется понятием.

Понятие выражается словом. Виды понятий: житейские (отображают случайные несущественные свойства предметов) и научные.

Понятия могут быть конкретными и абстрактными. Наиболее абстрактные понятия называют категориями.

В суждении человек всегда утверждает или отрицает наличие определенной связи между называемыми предметами или их состояниями. Суждение – это утверждение или отрицание чего-либо о чем-либо. Суждение выражается в предложении и может быть общим (все металлы электропроводны), частным (некоторые ученые говорят на испанском языке), единичным (А. С. Пушкин – великий русский поэт). Суждение может быть истинным или ложным.

Умозаключение – это такая связь между мыслями, в результате которой из двух или нескольких суждений выводится новое суждение. Иначе говоря, умозаключение – это вывод из нескольких суждений. Умозаключения делятся на индуктивные и дедуктивные.

Индуктивное – это умозаключение от частных случаев к общему положению, выводу, суждению.

Дедуктивное – умозаключение от общего положения к частному случаю. Вспомним знаменитого Шерлока Холмса, неизменно приходящего в своих расследованиях к верному выводу на основе дедуктивных умозаключений. Один из наиболее распространенных видов дедуктивного умозаключения – силлогизм.

Если исходить из того, какое место в мыслительном процессе отводится слову, образу и действию, то следует принимать следующую классификацию видов мышления: наглядно-действенное (практически-действенное, сенсомоторное), наглядно-образное, отвлеченное (словесно-логическое, или абстрактное).

М. В. Гамезо и И. А. Домашенко в «Атласе по психологии» предлагают выделение видов мышления по разным основаниям:

- по форме: наглядно-действенное, наглядно-образное, абстрактно-логическое;
- характеру решаемых задач: теоретическое и практическое;
- степени развернутости: дискурсивное (т. е. основанное на предшествующем суждении) и интуитивное;

– степени новизны и оригинальности: репродуктивное (воспроизводящее – мышление на основе образов и представлений, почерпнутых из каких-либо источников) и продуктивное (творческое – на основе творческого воображения);

– конвергентное (логическое, последовательное, линейное) и дивергентное (творческое, разноплановое – быстрота, гибкость, оригинальность, точность – по Гилфорду).

Остановимся на видах мышления по форме.

Первый вид мышления – *практически-действенное* (наглядно-действенное) – характеризуется тем, что мыслительная задача решается непосредственно в процессе деятельности. Это наиболее ранний – исторически и онтогенетически – вид мышления. Определяя мышление ребенка, решающего задачи, непосредственно манипулирующего предметом, И. М. Сеченов назвал этот период «стадией предметного мышления». Ребенок решает мыслительную задачу, непосредственно манипулируя предметом, например разбирая игрушку.

Сегодня с помощью практически-действенного мышления решаются сложнейшие технические задачи, например, определяются оптимальные формы кораблей, автомобилей, самолетов.

Второй вид мышления – *наглядно-образное*. Возникает у дошкольников примерно от 4 до 7 лет. Дети мыслят наглядными образами, еще не владея понятиями. Детский психолог Жан Пиаже экспериментально доказал, что такое мышление детей подчинено восприятию. Наглядно-образное мышление характеризуется тем, что содержание мыслительной задачи основано на образном материале: в ходе этого мышления человек обобщает, сравнивает предметы и явления, их образы. Здесь содержание мыслительной задачи основано на образном материале. Человек стремится обобщить, сравнить различные образы предметов, явлений, событий.

Многим, наверное, приходилось слышать «Блоху» Мусоргского в исполнении Е. Нестеренко, народного артиста СССР, солиста Большого театра. Какой незабываемый, яркий образ создали композитор Мусоргский и певец Нестеренко! В учебнике психологии под редак-

цией В. В. Богословского приводится пример литературного и музыкального образов ленинградской блокады, созданных в романе А. Чаковского «Блокада», стихах Ольги Берггольц и седьмой симфонии Д. Д. Шостаковича. В этих образах проявились своеобразие, индивидуальность их творцов.

Третий вид мышления – *словесно-логическое* (абстрактно-логическое) мышление. При преобладании такого вида мышления задачи решаются в вербальной форме. Этот вид мышления характерен для людей, занимающихся техническим творчеством, философов, логиков. На основе практического и наглядного мышления в подростковом возрасте активно развивается абстрактное (словесно-логическое) мышление.

Все виды мышления взаимосвязаны. Например, при решении задач словесные рассуждения опираются на яркие образы.

Для творческой работы необходимо обладать способностью самостоятельно и критично мыслить, проникать в сущность явлений. Обратимся к вопросу о том, как можно активизировать и развивать мышление.

Важна самоорганизация, осознание приемов и правил умственной деятельности. В частности, при решении задач необходимо уметь:

- 1) управлять этапами;
- 2) регулировать ассоциации;
- 3) включать образные компоненты (например, В. Н. Пушкин в статье «Эвристическая деятельность человека» пишет о так называемых систематических (алгоритм) и эвристических (за счет догадки) планах решения мыслительных задач).

Стимулировать мышление может и создание определенной мотивации, причем ведущий мотив может быть самым разным: от жизненной необходимости до интеллектуального удовольствия. В «Элементах практической психологии» Р. М. Грановской по этому поводу приводится интересный пример из жизни ученых. Резерфорд высоко ценил в учениках самостоятельность мышления, инициативу и делал все для того, чтобы выявить у человека его индивидуальность. Однажды Резерфорду сказали, что один из его учеников работает над безнадежной задачей и напрасно тратит время и деньги на приборы. Резерфорд знал

об этом, но дал возможность своему ученику понять, что эта проблема его собственная, если работа у него не получится, то она всё-таки научит его самостоятельно мыслить и приведет к другой задаче, которая будет уже иметь решение. Именно такое отношение к ученикам способствовало тому, что Резерфорд создал мощную научную школу.

Существуют специальные приемы стимулирования мыслительной деятельности путем решения различного рода задач. Так, для развития способности к абстрактному мышлению, отвлечения главного от второстепенного используют задачи с избыточными данными, уводящими от правильного ответа.

Следующий способ активизации мышления – подсказка, сообщение очередного хода решения, дополнительных данных, аналогий. Учителю рекомендуется не подсказывать, когда ответ почти найден учеником, иначе может возникнуть «эффект записывания», когда ученик умолкает. С. И. Самыгин и Л. Д. Столяренко называют такие способы активизации мышления мозговым штурмом (автор брейнсторминга – А. Осборн); синектикой (У. Гордон); методом фокальных объектов и др. (Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Психология и педагогика в вопросах и ответах. Ростов-н/Д., 2000. С. 101). Используются также и специальные тесты, направленные на развитие мышления и памяти, их можно найти в специальной литературе.

Воображение – это психический процесс создания новых образов на основе прошлых восприятий и представлений.

Действия животных при видимой разумности шаблонны, инстинктивны. Инстинкт устойчив, неизменен. Человеческий же опыт постоянно меняется, совершенствуется.

Воображение связано со всеми процессами, протекающими в организме, с самочувствием человека. Некоторые психологи-идеалисты считают воображение вредным свойством, а другие извращают суть воображения, неправильно объясняя его корни. Например, французский психиатр и психолог Дюбуа считал воображение вредным свойством, ведущим к помешательству. Психолог Ч. Ломброзо в книге «Гений и помешательство» доказывает, что воображение получает

наивысший расцвет в момент сумасшествия. т. е., по мнению этих ученых, воображение – один из источников душевного расстройства.

Некоторые ученые пытаются доказать, что воображение можно искусственно вызвать, стимулировать наркотиками. Сторонники этой концепции тенденциозно выбирают «темные пятна» биографий великих людей, прибегавших к наркотикам. Чаще всего они упоминают Э. По, Ги де Мопассана, Ш. Бодлера.

Главное назначение воображения как психического процесса в том, что оно позволяет представлять результат труда до его начала, и не только его конечный результат, но и промежуточные продукты, детали. Часто одна и та же задача может решаться и с помощью воображения, и с помощью мышления. Психологи считают, что необходимость действовать в среде с неполной информацией и вызвала возникновение у человека воображения.

Образы фантазии – результат работы человеческого мозга. Воображение – функция коры больших полушарий. В процессе воображения образовавшиеся в ходе жизни человека системы связей как бы распадаются (диссоциируются) и объединяются в новые системы. Такое объединение является результатом возникновения в коре головного мозга сильного очага возбуждения, вызванного потребностью или каким-либо впечатлением. Возникает новизна образов воображения по сравнению с уже известными образами памяти.

Исследования последних лет показывают сложность структуры воображения, вызывают предположения, что физиологические механизмы воображения расположены не только в коре больших полушарий, но и в глубоких отделах мозга – гипоталамо-лимбической системе. Образование новых ассоциаций из имеющихся в памяти представлений и есть физиологическая основа воображения.

Существуют следующие наиболее известные способы создания образов воображения:

- синтезирование – объединение двух (и более) образов в один или два (в новую комбинацию);
- агглютинация – разновидность синтезирования – объединение частей образов в один: козлообразный мужчина – черт, женщина-

рыба – русалка, части трактора, косилки и веялки объединяются в тракторе;

– акцентуирование – прием, когда в реальном образе либо сильно преуменьшены, либо сильно преувеличены какие-либо детали, т. е. делается акцент, заостряются, подчеркиваются какие-либо отдельные признаки (карикатура – в живописи, лилипуты – в литературе);

– гиперболизация характеризуется увеличением или уменьшением предмета, а также изменением отдельных частей (великаны, мальчик-с-пальчик);

– аналогия – прием, когда строится образ, в чем-то похожий на реально существующую вещь, живой организм, действие (локатор – аналогия с органами ориентации летучей мыши);

– типизация – наиболее сложный прием творческого воображения – это выявление много раз повторяющегося, наиболее распространенного, типичного в явлении (характерен для литературы, искусства).

Образы воображения различаются между собой по степени яркости и по соотношению образов с действительностью.

Воображение бывает активным и пассивным: активное, в свою очередь, делится на воссоздающее и творческое, а пассивное – на преднамеренное и непреднамеренное.

Воссоздающее воображение имеет в своей основе создание образов, соответствующих описанию (при чтении художественной литературы, географических карт, исторических описаний).

Творческое воображение предполагает самостоятельное создание новых образов, которые реализуются в оригинальных и ценных продуктах деятельности.

Пассивное воображение – создание образов, которые не воплощаются в жизнь, не осуществляются. Примером непреднамеренного пассивного воображения могут служить сновидения. Во сне есть элемент предсказания, характер сновидений зависит от впечатлений, не контролируется сознанием человека, поэтому возникающие образы называют пассивными. Самое длительное сновидение длится три минуты.

Примером преднамеренного пассивного воображения могут служить грезы. Это образы фантазии, преднамеренно вызванные, но не

связанные с волей, направленной на воплощение их в жизнь. Человек предается грезам в момент отдыха, благодушия. Грезы не контролируются полностью.

Особая форма воображения – мечта. Человек без мечты и без воли – одно и то же. Мечта – это возможное и желаемое, представляемое в воображении. Главная особенность мечты заключается в том, что она направлена на будущую деятельность, т. е. мечта – это воображение, направленное на желаемое будущее. Причем следует различать несколько подтипов данного вида воображения. Чаще всего человек строит планы в отношении будущего и в своей мечте определяет пути достижения задуманного. В этом случае мечта является активным, произвольным, сознательным процессом.

Мечтательность (вспомним гоголевского Манилова) и грезы принято считать отрицательными качествами.

Следующим и последним из психических процессов в познавательной сфере является *речь*. Мы знаем, что в языке каждого народа сконцентрированы жизненные ценности целых поколений. Речь называют процесс общения через язык и его средства. Если язык как явление духовной культуры – это сфера исследования лингвистических наук, языкознания, этнографии, то речь как феномен психики, как психический процесс изучается именно психологией. И здесь часто говорят о вербальном (словесном, речевом) поведении, о вербальном общении. В ходе сенсорного развития человек овладевает разными уровневыми, структурными единицами речи: фонетическими, лексическими, грамматическими, синтаксическими. Речь человека полифункциональна, она не только средство общения, но еще и средство мышления, носитель информации, средство управления поведением людей, средство саморегуляции и саморазвития. В соответствии со своими функциями речь в нашей жизни представлена в самых разных формах и видах: она бывает внешней и внутренней, устной и письменной, монологической и диалогической. Познакомимся с конкретными ее функциями (по В. В. Богословскому). Сигнификативная – функция называния: чтобы слово могло сообщать, оно должно обозначать предмет, называть явление, состояние или действие. Функция обобщения дает

возможность не только назвать конкретный предмет, но и группу или класс подобных предметов, сходных между собой. Мы часто не задумываемся, сколь важной оказывается разная степень обобщения, но именно эта функция сближает речь и мышление. Чрезвычайно важна в общении, и в деловом в том числе, еще одна функция речи – коммуникативная как передача знаний, переживаний, чувств, информации.

Виды и формы речи, как и ее функции, дают представление о многообразии ее возможностей. Известно, что внешнюю речь, формализуемую в высказываниях разного уровня, мы можем наблюдать в таких видах, как устная и письменная, а внутреннюю по форме речь иногда идентифицируют с мышлением, речью «про себя». Устная речь может быть диалогической, и тогда мы наблюдаем обмен репликами двух или нескольких собеседников или партнеров, эмоциональный контакт: причем, если диалог имеет тему и цель, мы говорим о тематическом диалоге, или беседе. Формами монолога, речи одного человека, может стать доклад, рассказ, лекция. Это контекстная речь, связная, требующая последовательности и доказательности. Монолог тогда идеален, когда содержание гармонирует с выразительностью правильной речи. Как и диалог, монолог подчиняется ряду правил.

Письменная речь – более позднее образование, чем речь устная. В своем развитии она прошла такие этапы: идеографическое письмо (узелковые письма древних инков, например), иероглифическое письмо (имеет сходство с обозначаемыми предметами), алфаветическое письмо. Важно помнить, что речь и мышление – процессы не однозначные и не идентичные, они существуют параллельно.

В психологии общения особое значение приобретают вербальные средства воздействия. Речевое общение осуществляется по правилам конкретного языка. Ряд факторов при этом влияет на его существование: это ситуативные, способствующие или препятствующие общению; субъективные (психологическое состояние партнеров по общению, эмоциональный отклик, наличие общих или важных интересов, подготовленность к общению и стиль подачи информации); а также характеристики самой речи (смысл, содержательность, логичность, точность и ясность).

4. Эмоционально-волевая сфера личности: эмоции и чувства, воля в общении

Человек не только познает окружающий мир, но так или иначе относится к нему: одни явления его радуют, другие – печалят, третьи – восхищают, четвертые – возмущают. Радость, грусть, восторг, отчаяние – различные виды чувств.

Чувства – это переживаемые в различной форме отношения человека к тому, что происходит в его жизни, что он познает или делает.

Чувства неразрывно связаны с потребностями, они – показатель того, как удовлетворяются потребности.

Эмоции и чувства развились в ходе эволюции. «Ранние» виды чувств – положительные (приятные) и отрицательные (неприятные), кроме них существуют и так называемые амбивалентные чувства. Различные формы переживания чувств (эмоции, аффекты, стрессы, страсть, настроение и др.) образуют эмоциональную сферу личности.

Существуют различия между эмоциями и чувствами. Так, эмоция – это конкретная форма, в которой протекает чувство; более сложные явления – любовь, долг, патриотизм – могут выражаться в радости, тревоге, гневе и т. д. Эмоции относительно кратковременны, а чувства – длительнее и характеризуют личность. Эмоции более древние психические явления, чем чувства, есть они и у животных, а чувства формировались у человека на основе эмоций.

Физиологическая картина возникновения чувств такова: человек видит объект и реагирует на него. Первая реакция – оценочная (положительная или отрицательная), в ней участвует кора головного мозга. Если оценка отрицательная, то информация идет в подкорковую часть, которая посылает сигнал вегетативной нервной системе об отрицательном явлении, изменяется работа печени, сердца, легких. Органы как бы принимают сигнал «принять оборону» или «обратиться в бегство». Кроме того, отрицательные чувства вызывают химическое изменение крови и подавляюще влияют на организм.

Если же объект положительный, то из надпочечников в кровь посылается адреналин, возникает хорошее расположение духа. Важные данные были получены при изучении функциональной асимметрии мозга: левое полушарие связано с возникновением положительных эмоций, а правое – отрицательных.

Итак, физиологической основой чувств является взаимосвязанная работа коры, подкорки и вегетативной нервной системы.

Следует сказать об астенических чувствах – переживаниях, снижающих активность личности, и стенических чувствах – переживаниях, повышающих жизненный тонус, активность личности (примеры: «ноги подкашиваются» – человек готов «горы свернуть»).

Существуют следующие формы переживания чувств.

Эмоции (в узком смысле) – душевное волнение, душевное движение – это непосредственное, временное переживание какого-либо более постоянного чувства. Это может быть состояние наслаждения, восхищения, возмущения, страха. К. Изард называет такие эмоциональные состояния: интерес, радость, удивление, страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и др.

Настроение – наиболее длительное, слабо выраженное эмоциональное состояние человека, которое окрашивает все поведение человека в определенный тон: минорный или мажорный. По длительности настроение сохраняется от часа до недели, иногда – месяц. Всегда можно найти причину хорошего или плохого настроения, даже регулировать его, создавать искусственно.

Аффект – бурно протекающее кратковременное состояние человека, которое снижает контроль сознания над поступком. Примеры аффекта – ярость, ужас, восторг, ревность.

Страсть – наиболее устойчивое, длительное, сильное состояние, которое покоряет всего человека. Страсть может быть положительной (к чтению, работе) и отрицательной (к азартным играм, алкоголю). Страсть возникает и отмирает очень медленно. Физиолог В. М. Бехтерев отмечал, что психология зарождения страсти равна психологии завершения.

Стресс – особая форма переживания, близкая по психологическим характеристикам аффекту, а по длительности – настроению. Стресс возникает в ситуациях обиды, опасности, стыда, угрозы. Состояние стресса характеризуется или беспорядочной активностью, или бездеятельностью, пассивностью там, где необходимо действовать.

Фрустрация – эмоциональное состояние, связанное с неудовлетворением жизненно важных потребностей (в общении, признании), ощущение непреодолимости препятствия.

Чувства (в узком смысле) отражают отношение человека к объекту его устойчивых потребностей, которое закреплено в направленности его личности. С. Л. Рубинштейн назвал чувства субъективной формой существования потребностей.

Единой общепринятой классификации видов чувств в психологии не существует. Принято выделять следующие виды чувств: нравственные, интеллектуальные, эстетические.

Нравственные чувства делятся на моральные (любовь, сострадание, гуманность, преданность и т. д.) и аморальные (жадность, эгоизм, жестокость, надменность, злорадство и др.). Нравственные чувства появляются от осознания человеком соответствия или несоответствия своего поведения принятым в обществе нормам.

Эстетические чувства возникают в процессе восприятия и создания прекрасного. Соотношение между прекрасным и безобразным – критерий истинности эстетических чувств. Эстетические чувства имеют общественно-исторический характер, идеалы прекрасного со временем менялись. Специфическим эстетическим чувством признают чувство юмора – умение, способность подмечать в явлениях комические стороны.

Интеллектуальные чувства возникают от успеха или неуспеха в умственной деятельности. Следует отметить, что ситуация, вызывающая проявление интеллектуальных чувств у разных людей, – разная. При отсутствии нормы в переживании положительных или отрицательных интеллектуальных чувств возникают вредные психологические комплексы. Уверовав в особенность своей судьбы, человек утрачивает критичность мысли и, соответственно, недооценивает окружающих. Возникает комплекс неудачника. Другая крайность – ярлык тупицы, ведущий к комплексу неполноценности. Следовательно, интеллектуальные чувства необходимо постоянно стимулировать. А. Эйнштейн писал, что самая прекрасная и глубокая эмоция, какую мы можем испытать, – это ощущение тайны; в ней – источник всякого подлинного знания. Все эти чувства принято называть высшими.

Что касается *воли* как компонента эмоционально-волевой сферы личности, то необходимо знать закономерности ее существования и отдельные особенности.

В структуре деятельности есть преднамеренные и непреднамеренные действия. Те действия, которые предусматривают цель и выбор

средств для ее достижения, называются преднамеренными. Особый, высший вид преднамеренных действий – это волевые действия, которые, кроме других признаков, обязательно включают преодоление трудностей. Волевое действие может быть простым и сложным, состоящим из простых. Сложные волевые действия входят в волевую деятельность человека, в которой и проявляются волевые качества личности, ее воля.

Воля – это форма активности личности, определяемая целью, сознательная организация, саморегуляция поведения и деятельности. Волей можно назвать саморегуляцию, направленную на преодоление трудностей для достижения цели. В последние десятилетия появилось много исследований воли и саморегуляции. Из отечественных психологов следует назвать таких ученых, как Е. А. Климова, В. А. Иванникова и др.

Мотивация волевого поступка проявляется в трех видах:

1. В мотиве как побуждению к деятельности, связанной с удовлетворением потребностей индивида. Такая мотивация объясняет, почему и какие потребности побуждают к действию.

2. В мотивации, которая объясняет, на что направлена активность, ради чего выбрано такое поведение.

3. В мотиве, который может стать средством регуляции поведения.

О звеньях волевого акта можно судить по следующим стадиям.

Потребность превращается в мотив. Мотивы волевого действия осознаются человеком, но в зависимости от осознания потребности различают влечения (недостаточно осознанная потребность) и желания (осознанная потребность). Если одно желание противопоставляется другому, возникает конфликт между, например, чувствами долга и привязанности, т. е. возникает борьба мотивов, и в результате ее принимается какое-то решение. Решение принято, но оно может быть претворено в жизнь сразу или отсрочено. При отсрочке возникает намерение, которое может быть реализовано или не быть доведенным до конца. Последний момент волевого действия – это его исполнение, именно на этом этапе решение и переходит в действие.

Исполнение волевого действия в каком-либо поступке обнаруживает наличие или отсутствие воли у человека. Анализируя поступки, можно прийти к выводам о мотивах, которые им движут, а зная мотивы, можно прогнозировать поступки.

По мнению С. Л. Рубинштейна, в сложном волевом действии можно выделить четыре основные фазы, или стадии:

1. Возникновение побуждения и постановка цели.
2. Обсуждение и борьба мотивов.
3. Решение.
4. Исполнение.

Воля человека направлена на сознательную организацию деятельности по преодолению трудностей, это власть над самим собой. Есть два полюса проявлений индивидуальных особенностей воли. Это ее сила и ее слабость.

Слабоволие в крайних проявлениях – результат патологии, когда из-за поражения мозговых структур человек не может самостоятельно принимать волевые решения и действовать осознанно и целенаправленно. В обыденной жизни слабоволие – результат неправильного воспитания. Самое типичное его проявление – лень как стремление к отказу преодолевать трудности, препятствия, устойчивое нежелание совершать усилие над собой.

Проявление силы воли как индивидуального качества личности характеризуется целым рядом следующих свойств: настойчивостью, решительностью, самостоятельностью, ответственностью и самообладанием.

Скоропалительные решения – это не проявления решительности, а желание избавиться от внутреннего напряжения сил. Оттягивание принятия и исполнения решения говорит о неразвитости воли у человека. Одномоментные волевые поступки волю не воспитывают: проблема самовоспитания состоит в каждодневном систематическом преодолении трудностей.

Существуют определенные приемы самовоспитания.

1. Надо выработать привычку (при многократном повторении) преодолевать сначала незначительные трудности, а затем значительные, ставить перед собой цели и пытаться их достичь.

2. Чем значительнее цель, чем выше волевые мотивы, тем большие трудности человек способен преодолеть.

3. Принятое решение должно быть исполнено.

4. Для воспитания воли важно видеть этапы достижения цели, самому намечать режим работы для ее достижения, ведь волевой человек – хозяин своего времени.

5. Мотивационная сфера личности

В изучении общения немаловажное значение приобретают вопросы связи поведения с мотивационной сферой человека. Побудительная и регуляционная стороны поведения обеспечивают определенный стиль общения с коллегами и партнерами. Мотивы, то есть побуждения к действиям, могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми. Один и тот же вид деятельности, осуществляемый разными людьми, будет мотивирован разными побуждениями этих людей к деятельности: это может быть и содержание труда, и коллектив, в котором приятно работать, и профессионализм, к которому человек стремится, и заработная плата. Мотивы – мощные стимуляторы деятельности, поэтому важно знать, как они формируются, как стимулируют поведение в деятельности и отношение к нему. Мотивационная сфера представлена во всех ее компонентах в известной теории деятельности А. Н. Леонтьева. Он дает определенные связки при объяснении понятий, связанных с мотивацией и структурой деятельности. Рассмотрим их.

Потребности – это состояние объективной нужды организма (если иметь в виду органические потребности) в чем-то, что составляет необходимое условие его нормальной жизни. К элементарным биологическим потребностям, кроме потребностей в пище, воде, воздухе, относятся и потребность в контактах с себе подобными (ребенок нуждается в общении со взрослыми), и потребность в познании. Всякая потребность проходит два этапа: до первой встречи с предметом, который ее удовлетворяет, и после. Процесс «узнавания» потребностью своего предмета назван опредмечиванием потребности. В ходе опредмечивания потребность приобретает следующие черты: 1) очень широкий спектр предметов, способных удовлетворить эту потребность, 2) быструю фиксацию потребности на первом предмете, «удовлетворяющем» ее.

В акте опредмечивания рождается предмет потребности – мотив или опредмеченная потребность. А потребность, приобретая другой характер, становится потребностью именно в данном предмете. С появлением мотива изменяется поведение человека, оно становится направленным на предмет или от него. Именно множество действий, или «гнездо действий», – это типичный признак мотива как того, ради чего совершается действие.

Совокупность действий, вызванных одним мотивом, называется особым видом деятельности, или особенной деятельностью (игровая, учебная, трудовая деятельности). При определении мотива как предмета потребности следует помнить, что он может быть идеальным (научная задача, художественный замысел). Уровень деятельности отделен от уровня действий, ведь один мотив может быть удовлетворен набором разных действий или одно действие может побуждаться разными мотивами. Часто действия человека сразу побуждаются несколькими мотивами, т. е. полимотивированы (например, человек может работать и ради материального вознаграждения, и ради признания его заслуг). Не всегда мотивы равнозначны. Из мотивов, стимулирующих одну деятельность, выделяются ведущий и второстепенные мотивы (мотивы-стимулы).

Мотивы могут быть осознаваемыми (это мотив-цель) и неосознаваемыми. Последние все равно представлены в сознании, в эмоциях или в личностных смыслах.

В теории деятельности А. Н. Леонтьева эмоции определяются как отражение отношения результата деятельности к ее мотиву: если с точки зрения мотива деятельность успешна, то возникают положительные эмоции, и наоборот. Часто эмоции могут стать ключом к разгадке человеческих мотивов, если они не осознаются. Личностный смысл в неосознаваемых мотивах – это переживание повышенной субъективной значимости предмета, действия, события, оказавшихся в поле действия ведущего мотива. В смыслообразовании работает только ведущий мотив. Сильный ведущий мотив способен осветить всю жизнь (например, любовь).

Смыслообразующих мотивов может быть несколько. Мотивационной сферой человека определяется масштаб личности.

Отношения мотивов проясняются в конфликтах мотивов (например, материальная выгода или интересы дела; самосохранение или честь). Для развития личности важно и развитие мотивов.

Если анализировать теоретически, то, рассматривая деятельность, следует двигаться от потребности к мотиву, затем к цели и действию, но в реальной деятельности идет обратный процесс: в ходе деятельности формируются мотивы и потребности.

Психологам удалось наметить один из механизмов образования новых мотивов – «сдвиг мотива на цель»: цель, побуждаемая к ее осуществлению каким-либо мотивом, со временем приобретает самостоятельную побудительную силу, т. е. становится мотивом (например, ученик хорошо учится по определенному предмету потому, что хорошо относится к учительнице. Со временем интерес к предмету усиливается, углубляется, и далее ученик с удовольствием учится уже ради интереса к предмету). При этом условием превращения цели в мотив будет накопление положительных эмоций. Таким образом, понятно, что без учета основных параметров мотивационной сферы, активного ее функционирования о полноценном осуществлении разных видов деятельности и общения говорить не приходится.

Раздел II. ПСИХОЛОГИЯ МАЛОЙ ГРУППЫ

1. Основные параметры малой группы

Прежде чем обратиться к конкретике параметров малых социальных общностей, хотелось бы сделать небольшой и небезынтересный экскурс в историю возникновения теоретических основ изучаемого социально-психологического феномена – малой группы. Проблемы малой группы традиционны в социальной психологии.

Малая группа – та первичная среда, в которой личность делает свои первые шаги как социальное существо. Первые исследования малой группы в 20-е годы XX века фиксировали не взаимодействие между индивидами внутри группы, а лишь факт одновременного присутствия людей рядом (коакция).

Оказалось, что в присутствии других людей возрастает скорость, но ухудшается качество действий индивидов. Этот эффект был назван социальной фасилитацией, т. е. возрастающей сенсорной стимуляцией. Торможение действий индивида под влиянием присутствующих – это эффект социальной ингибиции.

Второй этап развития исследований – переход к изучению взаимодействия людей в группе. Важным параметром групповой деятельности является именно взаимодействие, а не просто присутствие членов группы.

Европейская традиция изучения малой группы отличалась от американской. Социальная жизнь, ее сложность вызывала интерес к малой группе. Малая группа стоит на «перекрестке» двух наук: социологии и психологии. Успехи в диагностике также стали причиной изучения малой группы. Но к 30-м годам XX века в США абсолютизировали малую группу как идеальный объект исследования.

Наиболее общее определение малой группы таково: это немногочисленная по составу группа, члены которой объединены общей социальной деятельностью и находятся в личном общении, что служит основой для возникновения эмоциональных отношений, групповых норм и групповых процессов (таким образом, общественные отношения в ней проявляются в личных контактах.)

Пределы малой группы – от 2 – 3 человек до 30 – 40 человек. Споры о количестве ведутся до сих пор. Диада – простейшая первичная форма общения на эмоциональном контакте.

Г. М. Андреева считает, что логично не устанавливать, не принимать верхний предел малой группы. Наиболее признаны три классификации малой группы.

1. Ч. Кули делит все группы на первичные (это группы с непосредственным контактом) и вторичные (в них используются посредники или средства связи). Когда стали отождествлять с малой группой первичные группы, эта классификация потеряла смысл.

2. Э. Мэйо разделил группы на формальные (четко заданы позиции членов, их роли, система подчинения, т. е. в них отношения строятся по вертикали) и неформальные (существуют внутри формальных групп, нет заданных отношений по вертикали, могут возникать сами по себе вне формальных групп).

3. Г. Хаймен выделил группы членства (реальная группа) и референтные группы. Он открыл феномен референтных групп – те группы, в которые индивиды реально не включены, но нормы которых принимают. В дальнейшем Г. Келли выделил две функции референтных групп: сравнительную и нормативную, т. е. он подтвердил, что референтная группа нужна индивиду для сравнения своего поведения с ней или с нормами, на которые стоит равняться.

Если референтная группа входит в группу членства, т. е. в реальную группу, то она обозначается как значимый круг общения, т. е. из реальной группы выбран круг значимых людей.

В социальной психологии существует три основных направления исследования малой группы:

- 1) социометрическое;
- 2) социологическое;
- 3) школа «групповой динамики».

Первое направление связано с именем Дж. Морено, который считал, что в обществе есть макро- и микроструктуры. Все конфликты и напряжения в обществе обусловлены их несовпадением. Например, система симпатий и антипатий индивида не вмещается в макроструктуру, и наоборот, ближнее окружение индивида не обязательно то, какое ему нравится, поэтому нужно гармонизировать отношения макро- и микроструктур (1958). Это наивное предположение, но методика Морено стала популярной в выявлении межличностных отношений; сегодня она не может быть использована как основной метод изучения малых групп, так как в ней нет аспекта деятельности и мотивации выборов.

Поэтому при использовании его методики обычно предварительно применяют методики на выявление мотивации выбора, только тогда более эффективно будут выявлены социометрические звезды (наиболее предпочитаемые члены группы, стоящие на вершине иерархии), высокостатусные, среднестатусные и низкостатусные, определяемые по числу выборов, а также изолированные (у которых нет выборов) и отверженные (не имеющие положительных, а только отрицательные выборы). Работа над статусом и его изменение позволяют стать более гибким, иметь возможность побывать в разных внутригрупповых ролях, использовать продуктивные стратегии социального поведения.

Второе направление связано с именем Э. Мэйо и его так называемыми «хоторнскими экспериментами». С 1924 по 1936 год в США в компании Western Electric шло снижение производительности труда сборщиц моторов. Сначала Э. Мэйо изучал влияние освещения на производительность, на следующем этапе эксперимента, улучшив условия труда, ввел перерывы в работе, изменил оплату труда, но самое главное – открыл новую переменную – осознание рабочим важности происходящего, потребности ощутить себя членом группы (т. е. эта переменная – социальность). Таким образом, возникновение неформальных отношений на производстве повысило производительность труда. Это открытие Э. Мэйо воплотил в «доктрине человеческих отношений», в которой он и открыл два типа структуры в группе – формальную и неформальную.

Третье направление – «школа групповой динамики». Курт Левин переехал из Германии в США, в 40-е годы XX века в Мичиганском университете открыл лабораторию по изучению групповой динамики. Опираясь на его «теорию поля», психологи стали изучать динамику социального поведения. Через познание психических и социальных сил, влияющих на поведение, эта идея была применена к анализу психических и социальных сил и их изменению в лабораторных условиях в группах с заданными характеристиками.

Вся совокупность этих исследований стала называться групповой динамикой. Сотрудники К. Левина изучали внутригрупповые конфликты, эффект групповой деятельности в условиях кооперации и конкуренции, а также способы вынесения решений. И если основа групповой динамики – «теория поля» Курта Левина уже устарела, то методики исследования малой группы сегодня все еще работают.

Всякая малая группа, как и большая, имеет ряд статических (границы, состав, композицию) и динамических (процессы внутри группы) характеристик. Именно они – главная задача анализа в социальной психологии.

В процесс образования малых групп входят не только способы формирования малых групп, но и психологические механизмы:

1. Феномен группового давления на индивида (конформизм, нон-конформизм).

2. Процесс групповой сплоченности.

3. Проблема лидерства.

4. Процесс принятия групповых решений.

5. Становление коллектива как стадии развития группы.

В социальной психологии всегда имеется в виду лишь процесс формирования реальных естественных малых групп.

Феномен «группового давления» иначе называется феноменом конформизма, или конформного поведения, – это психологическая характеристика личности, ее позиции по отношению к группе, принятию – непринятию групповых стандартов. Мера конформизма равна мере подчинения группе. Существуют внешняя конформность (только внешнее приспособительство) и внутренняя конформность (индивид усваивает мнение большинства). Экспериментально доказана позиция негативизма, т. е. полное отрицание стандартов группы.

По А. В. Петровскому, в реальной группе существует три типа поведения:

1. Групповая внушаемость – бесконфликтное принятие мнения группы.

2. Конформность – осознанное внешнее согласие при внутреннем расхождении с мнением группы.

3. Коллективизм, или коллективистическое самоопределение (единообразие поведения как результат сознательной солидарности личности с группой).

Американский социальный психолог М. Дойч в проблеме конформизма выделил два вида группового влияния: нормативное (давление оказывает большинство, а члены группы воспринимают это как норму) и информативное групповое влияние (давление оказывает меньшинство, а член группы воспринимает его лишь как мнение, на основе которого он может сделать свой выбор). Проблема влияния

большинства и меньшинства в контексте малой группы проанализирована С. Московиси.

При изучении групповой сплоченности прежде всего учитывают эмоциональную основу межличностных отношений. Социометрия предложила специальный индекс групповой сплоченности, вычисляемый как отношение числа взаимных выборов к общему числу возможных выборов – это формальная характеристика малой группы. Новый подход к проблеме сплоченности состоит в том, что главный интегратор группы – это совместная деятельность всех членов. Сплоченность группы означает, что состав ее объединен наилучшим образом.

В рамках отечественной психологии проблема групповой сплоченности разработана А. В. Петровским на основе «стратометрической концепции групповой активности», а позже на основе теории деятельностного опосредования межличностных отношений в группе.

Главная идея его теории: всю структуру группы можно представить состоящей из трех (позже из четырех) слоев (страт) (рис. 1).

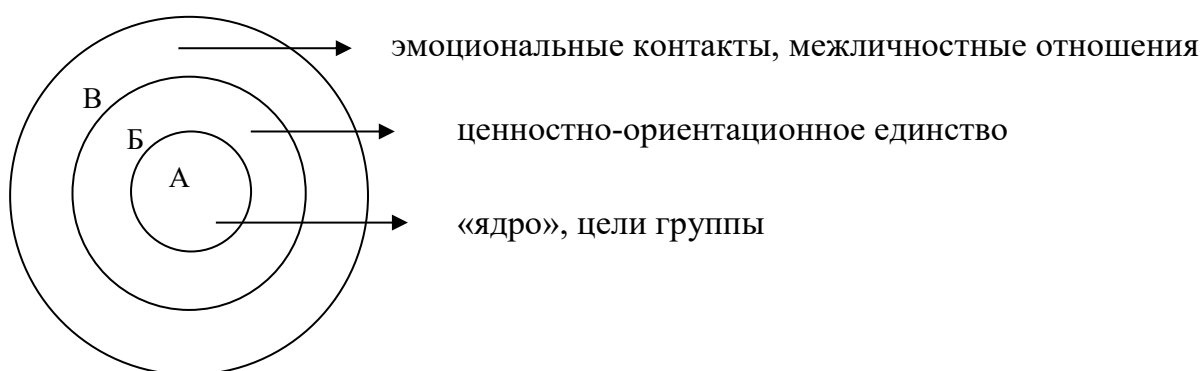


Рис. 1. Стратификационная модель группы

А, Б, В – это одновременно и уровни развития групповой сплоченности и три уровня развития группы.

На уровне В – поверхностный слой, групповые отношения строятся только на уровне эмоциональных контактов.

На уровне Б – дальнейшее сплочение группы в ходе совместной деятельности.

А – ядерный слой внутренних отношений, интеграция группы, ее сплоченность, общие для всех цели.

Существует несколько моделей развития групп по стадиям; наиболее удачная попытка – это психологическая теория коллектива А. В. Петровского (1979). Главная идея его концепции – «деятель-

ностное опосредование – это системообразующий признак коллектива». В последней редакции «Общей психологии» уровни структуры группы (их уже не три, а четыре) развиваются в обратном порядке, т. е. от ядерного уровня А. Идея стадий, по А. В. Петровскому, сочетается в разработке этой концепции с идеями Л. И. Уманского (1971) об обязательных параметрах группы, применительно к которым и замеряется уровень развития группы:

- 1) направленность коллектива;
- 2) организованность;
- 3) подготовленность и психологическая коммуникабельность.

Типология групп А. В. Петровского имеет два вектора (рис. 2):

- 1) вектор X – наличие или отсутствие опосредования межличностных отношений с содержанием групповой деятельности;
- 2) вектор Y – общественно значимая деятельность групп.

Векторы образуют пространство, в котором расположены все группы, функционирующие в обществе.

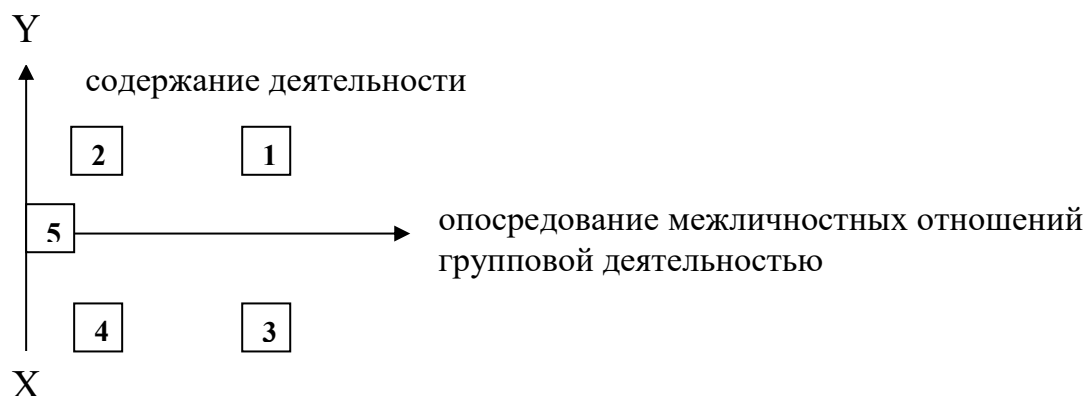


Рис. 2. Типология групп

Группа № 1 – коллектив.

Группа № 2 – общность с высоким уровнем социальной значимости деятельности, но с невысокой степенью опосредования межличностных отношений деятельностью, т. е. это группа еще недоросшая до уровня коллектива.

Группа № 3 – антиобщественная группа, но степень опосредования межличностных отношений совместной деятельностью высока (это преступная группа, банда).

Группа № 4 – антиобщественная группа со слабой степенью опосредованности антисоциальной деятельностью (т. е. она менее опасна, чем группа № 3, но прогрессу все равно препятствует).

Группа № 5 – группа с очень слабой степенью выраженности содержания деятельности и такой же слабой степенью значимости деятельности для групповых процессов.

Таким образом, приходим к заключению о том, что понять человека невозможно без изучения и анализа тех групп, которые его формируют как социализированную личность, как профессионала. Знакомясь с параметрами и общей характеристикой малых социальных общностей, важно понимать, членом каких групп является человек, что они приносят в структуру его личности.

2. Типология стилей руководства

Что касается структуры социальной власти в малой группе, то следует отметить: она может быть осуществлена в таких формах, как лидерство и руководство. Практически все социальные психологи как отечественные, так и зарубежные, убеждены, что природа руководства – нечто формальное, подразумевающее назначение сверху, иерархизирующее отношения внутри группы. А лидерство – феномен неформального отношения членов группы к одному из них, ведущему за собой, имеющему влияние на мнение всех. То есть лидерство включено в межличностные неформальные отношения, а руководство участвует в систематизации ролей управления и подчинения. Таким образом, каждый руководитель выполняет некие служебные обязанности, причем в свойственном ему стиле.

Курт Левин в середине XX века в русле идей Школы групповой динамики разработал основополагающие положения своей теории лидерства, по которой с тех пор социально-психологические стили лидерства проецируются и на психологические, и на педагогические, и на производственные отношения в разных отраслях жизнедеятельности. Несколько слов по поводу каждого из стилей лидерства, ставших в последние десятилетия стилями руководства и стилями общения, описанных в разного рода источниках.

Авторитарный стиль (волевой, директивный, автократический) основан на жестких, односторонних требованиях руководителя и проявляется в форме приказа, указания, требования, распоряжения. Мнение подчиненного или исполнителя при этом мало или совсем не интересует руководителя; контроль и стимуляция в виде словесных указаний создают нетерпимую атмосферу, требуют безоговорочного подчинения. Использование такого стиля оправдано при отсутствии дисциплины

в коллективе, рассогласованности действий его членов, но при этом такой стиль руководства негибкий, убеждение и совместная работа, личные контакты не приветствуются и не поощряются, что приводит к разъединению членов коллектива с руководителем, к пассивности и нежеланию работать совместно.

Либеральный стиль, который часто называют попустительским, или пассивным, тоже не дает нужного для совместной деятельности эффекта, потому что характеризуется невмешательством руководителя в дела коллектива, как бы параллельным существованием. В связи с такими методами ведения дел, как просьбы, уговоры, отстранение от дел, неучет гибких форм руководства не выстраивается плодотворная работа с подчиненными, и коэффициент полезного действия производства, как правило, снижается. В связи с таким положением дел лидерам и наиболее инициативным членам коллектива приходится брать на себя частные обязанности руководителя.

Наиболее успешному выполнению функций руководителя соответствует *демократический стиль* (его называют также коллегиальным). Такой руководитель способствует единению коллектива, сплоченного общей целью деятельности, поддерживает инициативу и содействует ей. Эффект содружества и сотворчества создается на основе атмосферы сплоченной позитивной направленности коллектива под руководством лидера, умеющего слушать и слышать подчиненных. В подобном стиле руководства эффективно сочетаются требовательность и справедливость.

Одна из кардинальных проблем социальной психологии – это лидерство в малой группе. Если рассматривать шире – это проблема руководства (оно не равно по смыслу лидерству). Д. Б. Парыгин назвал семь пар отличий лидера от руководителя (табл. 2).

Таблица 2

Отличия лидерства от руководства

| Лидер | Руководитель |
|---|---|
| 1) Осуществляет в группе межличностные отношения. 2) Организует микросреду. 3) Появляется стихийно. 4) Обладает психологической характеристикой одного из членов группы. | 1) Осуществляет официальные отношения. 2) Влияет на макросреду (общественные отношения). 3) Назначается. 4) Имеет социальную характеристику. |

Лидер и руководитель группы часто сталкиваются с одинаковыми проблемами.

Лидер – это такой член малой группы, который выдвигается группой для организации ее при решении конкретных задач; остальные члены группы принимают его, так как он не только защитник, но и лицо группы.

Лидера считают элементом групповой структуры. В разных по структуре группах он может отсутствовать или присутствовать: например, в диффузной группе (группа случайно собравшихся людей) его может не быть, а в референтной он присутствует как член группы, который принимает мнение каждого и при этом каждый принимает и его мнение.

Коллектив – особое качество группы, связанное в общей деятельностью и указывающее на высший уровень ее развития. Каждый член коллектива должен признавать совместную деятельность как фактор образования коллектива и его развития. В коллективе у большинства его членов возможна перспективная линия развития.

3. Виды конфликтов в межличностном общении

Приведем наиболее популярную в современной науке классификацию критериев различения конфликтов и их разновидностей. Так, по способу разрешения можно выделить насильственные и ненасильственные конфликты; в зависимости от природы возникновения следует различать политические, социальные, экономические и организационные конфликты; по направлениям воздействия они могут быть как вертикальными, так и горизонтальными; по степени выраженности – открытыми и закрытыми; по количеству участников – внутриличностные, межличностные и межгрупповые. Есть диада конфликтов по затронутым потребностям – по потребностям и по взглядам (когнитивные), а также по наличию или отсутствию объекта – безобъектные и объектные.

Несомненность дисгармонии межличностных отношений, создаваемой в группе конфликтами, обусловлена разрушением групповых структур: статусной, властной, ролевой, коммуникативной. Как ни парадоксально, но при этом несомненность позитива конфликта также очевидна в связи с перестройкой и возникновением новых межличностных отношений, т. е. однозначность отношения к конфликтам

в коллективе не всегда верна. По М. Дойчу, кроме деструктивных существуют и конструктивные конфликты, когда они разрешаются на позитивной ноте понимания партнерами друг друга. Причина конфликтов может быть не одна, потому что любой из конфликтов включает и объективные, и субъективные составляющие.

В деловом конфликте помимо формальных могут, как правило, затрагиваться и неформальные отношения. Эмоциональные причины, лежащие в основе межличностных конфликтов, напоминают, что это прежде всего конфликт между личностями, преследующими несовместимые цели или стремящимися к одной цели, доступной лишь одной из них. Отсутствие взаимопонимания, противоположные интересы, разное понимание культуры общения, неготовность или нежелание принять за другим право на собственную точку зрения – таковы частые причины межличностных конфликтов. Но в деловом межличностном конфликте причиной чаще всего бывает психологическая несовместимость, стоящая на втором месте после безграмотного управления коллективом. Такая несовместимость как основа межличностного конфликта обусловлена рядом показателей: взаимное недопонимание, психологическая скованность, однообразие труда, негативные черты характера, например, негибкость в общении, склонность к ссорам, желание получить признание окружающих любой ценой (цель оправдывает средства), внутриличностный конфликт.

Понятно, что путь разрешения противоречий – это, конечно, общение. Важно уметь не приводить отношения к эскалации конфликта, а, наоборот, искать пути его разрешения, обращаясь к переговорам и техникам общения. При этом, как правило, определяют зону разногласий, выделяют стремление к нахождению совместных решений, создание положительного эмоционального фона, установки на доброжелательное отношение. Конфликтная ситуация – всегда ситуация неопределенности, и в этом смысле формирование толерантности – тоже определенная работа над собой.

Раздел III. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ

1. Общение: функции, виды

Общение – одно из ведущих понятий в психологии. Оно имеет определенные функции, средства, виды, средства воздействия. Характеристики делового общения, несомненно, влияют на эффективность, продуктивность, совершенствование совместной деятельности людей, успешность проведения деловых встреч, переговоров, совещаний и других составляющих сферы деловой жизни. Поскольку общение – процесс неоднозначный, многосторонний, динамичный и тонкий, в нем могут проявляться прямое и косвенное взаимодействие, непосредственный и опосредованный контакт. Только учитывая многообразие форм и средств общения, можно грамотно «прочитать» человека, проанализировать его поведенческие реакции и проявления.

Деловое общение можно выделить из функционально-ролевого, это вид межличностного общения, направленного на какую-то цель.

Типы и виды общения определяются правилами. Например, правила светского общения основаны на этическом кодексе, а правила делового общения – на принципе кооперативности, который включает следующие положения: правило необходимой и достаточной информации, правило качества информации, соответствия теме, грамотного стиля общения, правило коммуникативного этикета. Что касается функций общения, то они таковы: общение обязательно играет связующую роль, оно является условием объединения людей в любом виде деятельности; общение выступает средством формирования психического облика человека – это его формирующая функция; еще одна функция – функция подтверждения, указывающая на подтверждение существования какого-либо психического феномена, человека как субъекта общения. Следующая функция общения – поддержание отношений между людьми на уровне эмоциональных контактов и последней функцией назовем внутриличностную, т. е. общение с самим собой.

К видам межличностного общения в отечественной социальной психологии принято относить императивное, манипулятивное и диалогическое общение. Первый из видов – директивная форма воздействия на партнера по общению, контроль за его поведением и принуждение к определенному виду действиям. Средствами воздействия становятся

приказ, указание, требование. Существует группа видов деятельности, в которой вполне уместен данный вид общения. Это военные отношения, система отношений начальник – подчиненный, экстремальные ситуации общения. Следующий вид общения – манипуляции. Это весьма распространенная форма взаимодействия с целью достичь неких собственных скрытых от партнера целей. Принято считать, что именно в бизнесе и деловом партнерстве манипуляции допустимы, когда партнер не информируется об истинных целях другим партнером. Но в грамотных партнерских отношениях правила чести никто не отменял, а манипулятивное общение не считается достойным честных, нравственных партнерских отношений. И императив, и манипуляции носят монологический характер, тогда как существует также и диалог как вид общения.

Диалогичное общение – альтернатива предыдущим видам, оно характеризуется рядом правил взаимодействия: психологическим настроением на состояние собеседника и собственное состояние; безоценочным отношением к партнеру, доверием к нему и его намерениям; равноценным, как к себе, отношением к партнеру, его мнению, праву на собственное решение; презентацией собственных чувств, искренностью и доверием к партнеру. Таковы основные функции и виды общения.

2. Три стороны общения как социально-психологического феномена

Социальная психология при изучении группы сталкивается с фактом общения и взаимодействия людей. Наука пытается объяснить механизм вхождения индивида в группу, индивида в социум, т. е. исследует отдельную личность как иную сторону исследования общества. В российской психологии проблемой взаимоотношений занимался В. Н. Мясищев. Фиксация отношений – это фиксация связи объектов природы с окружающим миром. Все многообразие отношений он разделил на два вида: общественные отношения и психологические отношения личности. Общественные отношения безличны по характеру, их сущность – во взаимодействии социальных ролей, а не личностей. Каждый индивид выполняет несколько социальных ролей, но некоторые из них он получает от рождения (пол). В силу индивидуальности каждый человек обладает своим «стилем исполнения роли». Этот стиль заставляет внутри безличных общественных отношений появляться межличностным отношениям (тем, которые В. Н. Мясищев

назвал психологическими). Образно, как предлагает Г. М. Андреева, соотношение общественных и межличностных отношений можно представить в виде «пирога с прослойкой»: т. е. межличностные отношения лежат в основе, находятся внутри общественных отношений, опосредуют их.

Межличностная роль – это не положение человека в общественных отношениях, а всего лишь его положение в групповых связях («свой парень» или «козел отпущения»); значит, главной чертой, отличающей общественные отношения от межличностных, является эмоциональная основа межличностных отношений.

В социальной психологии чаще обращают внимание не на эмоции, а на чувства и делят их на две группы:

1. Конъюнктивные (объединяющие людей).
2. Дизъюнктивные (разъединяющие людей).

Средством анализа двух рядов отношений в группах (межличностных и общественных) выступает социометрия. Но без выявления мотивов межличностных отношений их картина будет неполной.

Общение в социальной психологии – реализация всей системы отношений человека, т. е. это реальность и межличностных отношений, и общественных.

Если в социологии в большей степени изучается общение между группами, то в социальной психологии – межличностные отношения.

По мнению А. Н. Леонтьева, следует говорить о единстве общения и деятельности, любые формы общения включены в виды деятельности. Характер связи общения и деятельности может быть понят по-разному:

1. Как две стороны жизни человека.
2. Общение как сторона деятельности.
3. Деятельность как условие общения.
4. Общение как самостоятельный вид деятельности.

По А. Я. Харашу (1987), ученые иногда разводят понятия ролевого и личностного общения. Но личностное общение может выглядеть как ролевое, деловое, предметно-проблемное.

Согласование деятельности отдельных ее участников происходит благодаря функции общения – воздействию, в котором сильно и обратное влияние общения на деятельность.

По структуре общение делят на три стороны:

1. Коммуникативную (передача информации).
2. Интерактивную (межличностное взаимодействие).
3. Перцептивную (восприятие и понимание человека человеком).

Эти стороны общения выявляются, как правило, в малых группах, т. е. в условиях непосредственного контакта людей.

Прежде всего, следует иметь в виду специфику **общения как обмена информацией (коммуникативная сторона)**. Общение нельзя рассматривать только как работу двух систем – передающей и воспринимающей, так как оба субъекта активны и обмениваются новой информацией. Это возможно только при понимании информации: суть коммуникации – в совместном постижении предмета общения. Характер обмена информацией состоит в том, что с помощью обмена системой знаков партнеры могут влиять на поведение друг друга. Эффективность коммуникации состоит в том, насколько удалось воздействие партнеров друг на друга, т. е. при обмене информацией может меняться тип отношений между партнерами.

Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно, когда коммуникатор и реципиент обладают единой системой кодификации и декодификации, т. е. важно, чтобы знаки одинаково объяснялись партнерами. По Л. С. Выготскому, мысль партнеров должна быть идентична лексически, синтаксически, но, главное, партнеры должны одинаково понимать ситуацию общения.

В общении возможны коммуникативные барьеры, носящие социальный (например, политический) и психологический характер (застенчивость, хамство).

Информация, исходящая от коммуникатора, может быть двух типов:

1. Побудительная (выражена приказом, просьбой, советом, направлена на стимуляцию деятельности – ее активизацию, интердикцию – запрет, дестабилизацию);
2. Констатирующая (в форме сообщения, не изменяющая поведение партнеров).

Существуют разные знаковые системы. Коммуникация делится на вербальную и невербальную.

Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы речь (систему фонетических знаков на основе лексических и

синтаксических приемов). Речь считается универсальным средством коммуникации. В 1991 году И. А. Зимняя для обозначения психологических компонентов речи ввела термины «говорение» и «слушание». Смена коммуникативных ролей представлена в диалоге. А. А. Леонтьев предложил обозначить две задачи в ориентации партнеров так:

- лично-речевая ориентация;
- социально-речевая ориентация.

Они отражают содержание коммуникации. Меры, направленные на улучшение эффекта общения, называются убеждающей коммуникацией. Американский журналист Лассуэл для изучения убеждающего воздействия средств массовой коммуникации предложил пятикомпонентную модель коммуникативного процесса:

1. Кто передает сообщение – коммуникатор.
2. Что передается – сообщение.
3. Как передается – канал.
4. Кому направлено сообщение – аудитория.
5. С каким эффектом – эффективность.

По каждой из этих частей выявлены самые эффективные позиции, например, позиция коммуникатора может быть:

- открытой – дает свою позицию;
- отстраненной – сравнивает чужие позиции, но умалчивает о своей;
- закрытой (не сообщает свою позицию).

Здесь дана лишь структура, но нет содержания общения. Эффективность вербального общения зависит от следующих факторов:

- ситуативных;
- субъективных (психологическое состояние партнеров, стиль подачи информации);
- характеристик речи как вербальных средств (смысл, содержание, логичность, точность, ясность).

Невербальная коммуникация включает следующие знаковые системы: оптико-кинетическую; паралингвистическую; экстралингвистическую; проксемику; визуальный контакт (по В. А. Лабунской).

Совокупность этих средств выполняет функции дополнения речи; замещения речи; представления эмоционального состояния партнеров.

Оптико-кинетическая система включает жесты, мимику, пантомимику. Известно, что общая моторика отображает эмоциональные реакции человека. В последние годы разрабатывается область кинесика,

изучающая, например, частоту и силу артикуляции в разных культурах (пантомимика финнов – один жест в час, мексиканцев – 180 жестов в час).

Паралингвистика и экстралингвистика – так называемые добавки к речи. Паралингвистика – это система вокализации, т. е. диапазон, тональность и другие качества голоса; экстралингвистика – вкрапления в речь: паузы, кашель, смех, плач, темп речи.

Проксемика – специальная область, которая занимается нормами времени и пространства в общении. Основоположник «пространственной психологии» – американский психолог Стэнли Холл. Нормы для американской культуры таковы: 0 – 45 см – интимная зона, 45 – 120 см – персональное расстояние, 120 – 400 см – социальное, 400 – 750 см – публичная зона. Специфические наборы констант пространства и времени, констант коммуникативных ситуаций называют хромотопами (А. А. Ухтомский).

При контакте глаз важны частота обмена взглядами, длительность взглядов, их смена, статика и динамика взгляда, избегание взгляда, (дошкольники, как правило, фиксируют внимание на лице).

Все эти системы рассматриваются как коды коммуникации.

Общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения).

Эта сторона общения (интерактивная) позволяет проанализировать организацию совместной деятельности.

Нельзя путать понятия взаимодействие и коммуникация. Коммуникация организуется по поводу совместной деятельности для обмена информацией. Существуют описания структуры взаимодействия партнеров. Одно из них представлено в трансактном анализе – направлении, предлагающем регуляцию действий участников взаимодействия через регуляцию их позиции; учет характера ситуации; стиль взаимодействия.

С позиции теории трансактного анализа каждый партнер может занимать первую из трех позиций, которые условно обозначены «Родитель», «Взрослый», «Ребенок». Названия не связаны с социальной ролью, а лишь психологически описывают стратегию поведения, взаимодействия:

Позиция «ребенок» = позиции «хочу!»

Позиция «родитель» = позиции «надо!»

Позиция «взрослый» = позиции «хочу! + надо!»

Автор теории транзактного анализа – американский социальный психолог Эрик Берн. В основе его теории рассматриваются различные «эго-состояния» («родитель – я», «ребенок – я», «взрослый – я»). В каждый момент времени человек пребывает в одном из трех эго-состояний, что и определяет его поведение. Каждое эго-состояние представлено следующими последовательностями: мысль → переживание → действие. Эго-состояние «родитель – я» может быть критическим (родитель хранит запреты, нормы, совокупность предрассудков), а может быть кормящим – заботливым. Оно характеризуется такими качествами: тепло, ободрение, готовность помочь, забота.

Тот, кто здраво оценивает реальность, «взрослый – я». Кто чувствует себя, как в детстве, может пребывать в трех состояниях «ребенок – я»:

1. Приспосабливающееся состояние (ребенок повинует, замыкается в себе, дуется, боится).
2. Бунтарское состояние (на него оказывают влияние требования окружения, которые не соответствуют желаниям ребенка).
3. Свободное состояние (ребенок естественен, нет следов влияния на него, он ни о чем не заботится, радуется, сердится, исследует мир).

Транзакт включает стимул и реакцию между двумя эго-состояниями, т. е. это любое общение минимум двух людей. Если человек грамотно прочитывает транзакт межличностного общения, то легко понимает пути конструктивного диалога и причины помех.

Формы транзактов (рис. 3):

Параллельный транзакт (возникает между любыми парами эго-состояний) 1.

Перекрестный транзакт 2.

Скрытые транзакты 3.

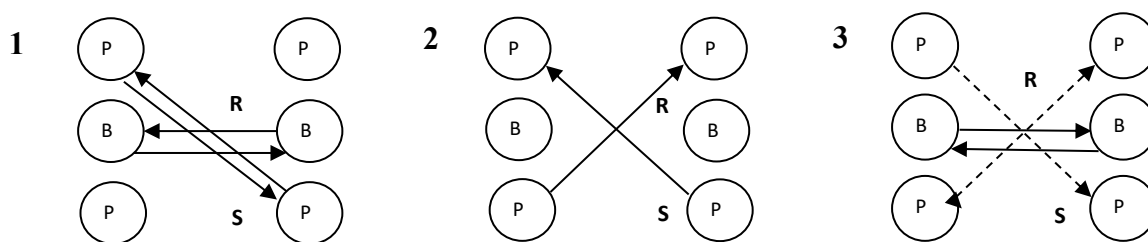


Рис. 3. Формы транзактов

Различают три основных стиля деятельности: ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальный стиль задан определенной культурой. Акт взаимодействия делится на компоненты: позиции участников, ситуации, стиль общения.

Все виды взаимодействия делятся попарно: кооперация – конкуренция; согласие – конфликты; приспособление – оппозиция.

Кооперация – это упорядочивание, суммирование сил участников. Средство соединения сил – это отношения между участниками, их вклад в степень включения во взаимодействие. Самая яркая форма конкуренции – конфликт. Схема конфликтов в социальной психологии включает следующие характеристики (по Л. А. Петровской):

- структура конфликта;
- динамика;
- функции;
- типология.

Структура конфликта включает конфликтную ситуацию, позицию оппонентов, объект конфликта, инцидент как пусковой механизм, развитие, разрешение конфликта.

Существуют две разновидности конфликтов: деструктивные (разрушающие отношения) и продуктивные (Мортон Дойч).

В деструктивных конфликтах постоянно расширяется число участников, усиливаются негативные установки.

Продуктивные конфликты не касаются несовместимых личностей, являются следствием разных позиций на одну проблему и способствуют выработке ее одинакового понимания.

Важность интерактивной стороны общения обусловила появление в социальной психологии нового направления – символического интеракционизма (М. Мид). Моделью взаимодействия признается игра, в которой человек выбирает «значимого другого» и ориентируется на то, как сам воспринимается этим «другим».

Стратегия взаимоотношений определяется характером общественных отношений, а тактика – представлением о партнере.

Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения).

Термин «социальная перцепция» (взаимопонимание) введен в 1977 году Дж. Брунером и истолковывается как:

1. Понимание целей, установок и мотивов партнеров.

2. Не только понимание, но и принятие партнера, разделение его целей и установок.

Обычно социальной перцепцией называют восприятие социальных объектов – людей, групп, а восприятие человека человеком – всего лишь часть социальной перцепции.

Механизмы взаимопонимания таковы: по внешним данным мы «прочитываем» другого человека и «расшифровываем его внешние данные» (С. Л. Рубинштейн).

Осознание себя через «другого» имеет две стороны:

- идентификацию (уподобление);
- рефлексию (осознание того, как ты воспринимаешься «другим»).

По механизму с идентификацией сходна эмпатия – умение сочувствовать, но при этом поступать по-своему.

Особая отрасль социальной психологии – каузальная (причина) атрибуция (авторы Г. Келли, Э. Джонс). Отрасль направлена на изучение попыток человека понять причину и следствие успешного или неуспешного события, участником или наблюдателем которого он является, т. е. интерпретировать свое и чужое поведение. Если считать атрибуцию способом приписывания целого класса характеристик (намерений, чувств), то следует сказать, что этот феномен приписывания черт в межличностном восприятии зависит:

- от уникальности или типичности поступка;
- социальной желательности или нежелательности.

Г. Келли выделил три типа атрибуции:

1. Личностная (причина приписывается человеку, совершившему поступок).

2. Объективная (причина приписывается объекту, на который действие направлено).

3. Обстоятельная.

Еще одна область исследования межличностного восприятия – это выделение различных эффектов:

1. Эффект ореола (общее положительное впечатление ведет к постоянной положительной оценке и наоборот).

2. Эффект новизны и первичности (учитываются значимость и порядок предъявления информации).

3. Эффект стереотипизации. Термин «социальный стереотип» введен в 20-е годы XX века Липпманом. Термин связан с неточностью представлений. Эффект стереотипизации ведет к упрощению восприятия, к непринятию или принятию. При восприятии важна точность, а стереотипы мешают, сужают степень восприятия.

Межличностная аттракция – это область исследований по выявлению механизмов образования эмоциональных отношений к воспринимаемому субъекту.

Аттракция – формирование привлекательности к личности человека для воспринимающего его. Продукт отношения – определенное качество отношения. Аттракция – особый вид социальной установки на другого человека, основанный на эмоциональном восприятии.

Уровни аттракции: симпатия; дружба; любовь (мало изучена в социальной психологии).

Раздел IV. ЭФФЕКТИВНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

1. Эффективность слушания

Мысль о том, что именно умение слушать и слышать – определяющий, самый существенный момент в общении, конечно, несомненна. Именно это умение слушать внимательно, понимать суть сказанного, слышать именно то, что имел в виду говорящий, требует от каждого из нас предельного сосредоточения, умения совершенствовать навык слушания и вникать в смысл сказанного. В исследовании В. А. Лабунской о барьерах общения среди множества факторов, мешающих и нарушающих коммуникацию, названо неумение слушать. Это основная причина неэффективного общения, приводящая к деструкции отношений и взаимопонимания. Не зря во многих учебниках по общению цитируется мудрое высказывание Ларошфуко: «Талантом собеседника отличается не тот, кто охотно говорит, а тот, с кем охотно говорят другие».

Разграничим два понятия: «слушать» и «слышать». Слушание – это достаточно активный процесс сосредоточения внимания, концентрации на том, о чем идет речь. Как правило, реакции слушающего, например неумение соблюдать элементарные правила приличия (шепот во время слушания чтения вслух или исполнения музыкального произведения), мешают, нарушают ход мыслей, исполнение произведений, не позволяют грамотно воспринять и осмыслить сказанное, прозвучавшее; создается впечатление, что говорящего не слышат, считают его переживания незначительными, неважными. Помехи, барьеры, создаваемые иногда неосознанно и ненамеренно, вызывают внутреннее возмущение у собеседника и даже отрицательные эмоции. Слушание – акт волевой и, если хотите, интеллектуальный: труд быть внимательным – нелегко, он отражает наши характерологические черты и установки на собеседника, наши интересы и жизненные принципы.

Важен такой аспект этого активного процесса, как повышение эффективности слушания. Работа над повышением уровня произвольного внимания, когда надо уметь поставить перед собой цель – слушать, но при этом прилагать усилия для ее достижения – это систематический и довольно длительный процесс формирования концентрации. Управлять слушанием может не каждый. Такие приемы эффективного слушания, как визуальный контакт и определенные жесты, сопровождающие сосредоточенность, не все и не всегда применяют.

Чрезвычайно важным становится личное отношение к собеседнику, эмпатийные проявления, неподдельный интерес. Осознанное умение проявлять внимание внешне – эффективное средство повышения восприятия. Важно помнить, что ваше внимание помогает говорящему и самому становится ритором, обращая сознание на произносимое, подкрепляя текст жестами и позой.

В специальной литературе упоминается такое понятие, как неререфлексивное слушание. Это действенный метод повышения эффективности восприятия речи, слушания. Попросту говоря, это умение «внимательно молчать». Но при этом необходимы простейшие подтверждения такого внимательного молчания: побуждающие говорящего реплики, незначительные вкрапления невербалики, например, повтор последних слов собеседника, утуканье, согласие в виде кивков головой, поддакивания, мимические реакции поддержки. Это подталкивает говорящего к активности в разговоре, дает ему эмоциональное облегчение. Несомненность пользы неререфлексивного слушания трудно переоценить, но мало кто умеет грамотно пользоваться им. Учиться этому было бы полезным, иногда необходимым, особенно в экстремальных ситуациях, когда надо поддержать собеседника, внушить ему мысль о пользе того, что он произносит, для слушателей.

Что касается обратной связи, то она необходима при использовании приемов рефлексии: ее можно дать в речевой форме, задавая вопросы, используя парафраз, резюмирование. Хорошее впечатление можно произвести всего лишь умением слушать, поэтому следует обратить внимание на формирование умения эффективного слушания во взаимодействии в ходе делового общения.

2. Правила самоотдачи и тактика делового общения

Этот пункт в материале учебного пособия можно представить схематически, и каждый из читателей может наполнить его содержанием, доступным и понятным самому себе. Расширить границы познания по данному вопросу мы предлагаем на семинарских и практических занятиях по курсу, обосновав значимость степени сформированности у каждого студента имеющихся навыков и умений.

Краткая схема использования приемов и правил в тактике делового общения такова:

- обращение к человеку по имени;
- утверждение его как личности;

- удовлетворение потребности утверждения как личности;
- обращение к положительным эмоциям и создание условий для их проявления;

- расположение к источнику положительных эмоций.

Краткая схема по методам и приемам воздействия:

- психическое заражение;
- подражание;
- убеждение;
- принуждение;
- внушение.

В этом параграфе рассмотрим такой важный элемент делового общения, как управленческое общение. Выделим три формы управленческого общения: субординационное общение, служебно-товарищеское и дружеское. Обратимся к их краткому описанию. Так, субординационное общение предполагает, что руководитель отдает команды, а подчиненные их выполняют. Сохранение дистанции в отношениях, авторитарность и неумение сотрудничать – характерные черты такого общения. Что касается служебно-товарищеского общения, то в нем разграничиваются профессиональные полномочия и каждая из сторон выполняет свои служебные обязанности. При этом предполагается уважение к подчиненным, следование служебному этикету, наличие взаимного уважения обеих общающихся на деловом уровне сторон, со стороны руководителя ожидается забота о здоровом климате в коллективе сотрудников. Дружеская форма общения, несмотря на положительный настрой, комфортную атмосферу содружества, имеет и отрицательное направление развития отношений в системе руководитель – подчиненный в связи с потерей функции контроля руководителем подчиненных и послаблениями в стратегически важных направлениях работы.

В современной организационной психологии и психологии менеджмента часто приводятся примеры тактик и стратегий поведения в деловом общении именно идеальных руководителей организаций и производств, коллективов и сообществ. Характеристика в обобщенном виде может выглядеть следующим образом: твердый, но гибкий; серьезный, но с чувством юмора; дружелюбный, но держит дистанцию; предан делу, но не теряет голову от успеха или поражения; мечтатель, но с силой воли; готов идти на риск, но при этом здраво мыслит и все просчитывает. Казалось бы, это парадоксальная характеристика личности руководителя, но она, несомненно, близка к идеалу.

К тактическим приемам в деловом общении можно отнести множество вариативных приемов «вспомоществования» и приведения к гармонии сосуществование партнеров, коллег, сотрудников. К таким приемам можно отнести и искусство переговоров, и практику ведения дискуссий, полемики, ссылки на авторитетные источники и принципы ведения деловых разговоров.

3. Современный этикет

В ходе деловых контактов не обойтись без определенных регламентаций, правил поведения и общения. В связи с этим встает вопрос о необходимости соблюдения делового этикета. Правила современного этикета претерпевали значительные изменения, совершенствовались на протяжении длительного времени, потому что менялись взаимоотношения людей в процессе сотрудничества и совместной деятельности в самых разных сферах жизни. История возникновения и становления этикета как правил поведения в обществе имеет свои этапы и описана в зарубежных и отечественных исследованиях. Несмотря на множество видов этикета (придворного, дипломатического, воинского, гражданского и др.), следует особо отметить так называемый профессиональный, или деловой, этикет, существующий в самых разных профессиональных сообществах.

Несмотря на некоторые универсальные правила, каждый из профессиональных этикетов закрепляет в себе наиболее оптимальные формы взаимодействия и правил поведения при выполнении профессиональных функций. Например, деловой этикет определяется как некий свод правил поведения, например в бизнесе, он и представляет внешнюю сторону делового общения. Во всех случаях современный деловой этикет подразумевает прежде всего уважение к индивидуальным чертам личности. Чувство меры и такт являются неизменными характеристиками делового этикета. Использование в общении комплиментов и умение их принимать также свидетельствует о хороших манерах. При работе с зарубежными партнерами следует изучить основы делового этикета, принятого в содружественном государстве, тогда обеспечена эффективность сотрудничества. Имиджевые характеристики, умение говорить по телефону, знать тактику ведения разговора и иметь определенные манеры в общении – все это требуется для гармонии в этическом плане при сотрудничестве и для работы в коллективе с коллегами. Таким образом, следует помнить, что успешное деловое общение возможно лишь при владении правилами современного этикета.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТА)

1. Понятие, виды, функции и цели делового общения.
2. Место делового общения среди других видов общения.
3. Стороны процесса общения. Виды и уровни общения.
4. Виды делового взаимодействия, специфика ролей в деловом общении, особенности коллективных субъектов делового общения.
5. Структура, основные функции и виды коммуникаций.
6. Значение и необходимость коммуникативных ролей.
7. Основные элементы коммуникации.
8. Коммуникативные барьеры (профессиональные, смысловые, организационные, личностно-психологические и др.).
9. Соотношение и особенности вербальной и невербальной сторон коммуникации, их специфика в деловом общении.
10. Принципы и типы деловых взаимодействий.
11. Ролевое поведение личности в общении.
12. Социально-психологическая роль как идеальная модель поведения (гендерные роли, ролевая структура группы, групповые взаимодействия).
13. Техника самопрезентации и виды распределения ролей.
14. Пространство межличностного взаимодействия.
15. Общение как взаимодействие (трансактный анализ Э. Берна, Т. Харриса и т. д.).
16. Трансакция как единица взаимодействия, ее виды и структура, этапы общения.
17. Перцептивные механизмы делового общения: каузальная атрибуция, идентификация, рефлексия, эмпатия.
18. Роль эффекта восприятия в деловом общении.
19. Роль эмоций в общении. Феномены аттракции и их значение в деловом общении.
20. Поведение человека в организации и типы сотрудников.
21. Детерминация поведения. Психологические типы людей и их проявления в работе и общении.
22. Общая характеристика основных механизмов воздействия в общении. Феномен личного влияния. Феномен обратной связи в межличностном общении. Трудности межличностного общения.

23. Основные характеристики коллектива, его формирования и стиля управления.
24. Теории и типы лидерства.
25. Понятие этики, морали, этикета в деловом общении.
26. Понятие менталитета делового общения. Разнообразие национальных моделей общения.
27. Формы делового общения (деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания, деловые дискуссии, публичная (ораторская) речь) и их характеристики.
28. Культура делового общения по телефону.
29. Деловая дискуссия, полемика, спор и их психологические особенности.
30. Психологическая техника, парирование замечаний и вопросов.
31. Понятие конфликта и барьера в общении, их структура и причины возникновения.
32. Типология конфликтов и управление конфликтной ситуацией.
33. Предпосылки возникновения конфликтов в процессе делового общения. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Познание психологической природы личности – неотъемлемый элемент культуры современного человека. Добиться успеха в профессиональной деятельности и деловом общении можно, только постоянно работая над собой, над совершенствованием собственной личности во всех ее проявлениях и самовыражении.

Существуют системы качеств личности, обеспечивающих успех в межличностном общении. Психологические закономерности и их знание облегчают и повышают коммуникативную успешность в разных жизненных сферах, в том числе и в деловых отношениях. В процессе делового взаимодействия несомненным становится взаимовлияние партнеров по деловому общению. Арсенал опытного профессионала, включающий множество средств и приемов делового общения, может работать на успешность деловых контактов и их развитие.

В учебном пособии были рассмотрены важнейшие социально-психологические понятия, имеющие отношение к психологии делового общения, практике деловых контактов: это социально-психологические аспекты внутреннего мира человека, установки, ориентиры самосознания, стереотипы, стратегии поведения и взаимодействия, стили общения, умение эффективно слушать, контролировать эмоции и волю, адекватно оценивать себя и понимать других людей.

Деловые отношения, складывающиеся в малой группе, коллективе единомышленников, членом которого может стать каждый из нас, играют огромную роль в системе ценностей нашей жизни, человеческого бытия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексина, Т. А. Деловая этика : учебник / Т. А. Алексина. – М. : Юрайт, 2016. – 386 с. – ISBN 978-5-9916-3537-0.
2. Аминов, И. И. Психология делового общения / И. И. Аминов. – М. : Омега-1, 2009. – 304 с. – ISBN 978-5-238-03018-0.
3. Атватер, И. А. Я вас слушаю / И. А. Атватер. – М. : Экономика, 1998. – 111 с. – ISBN 5-282-00004-0.
4. Барышева, А. В. Этика и психология делового общения : учеб. пособие / А. В. Барышева. – М. : ТНФРА, 2009. – 286 с. – ISBN 978-5-98281-095-3.
5. Бороздина, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – 2-е изд., стер. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 294 с. – ISBN 978-5-16-001969-7.
6. Блюм, М. А. Этика деловых отношений : учеб. пособие / М. А. Блюм. – М. : Форум, 2009. – 224 с. – ISBN 978-5-238-03018-0.
7. Воронцов, Д. В. Гендерная психология общения / Д. В. Воронцов. – Ростов-н/Д. : Юфу, 2008. – 208 с. – ISBN 978-5-9275-0449-7.
8. Гришина, Н. В. Я и другие. Общение в трудовом коллективе / Н. В. Гришина. – Л. : Лениздат, 1990. – 171 с. – ISBN 5-289-00530-7.
9. Егоршин, А. П. Этика деловых отношений / А. П. Егоршин. – М. : НИМБ, 2015. – 402 с. – ISBN 5-901335-21-X.
10. Замедлина, Е. А. Этика и психология делового общения : учеб. пособие / Е. А. Замедлина. – 2-е изд., стер. – М. : РИОР, 2009. – 110 с. – ISBN 978-5-369-00368-8.
11. Иванова, И. С. Этика делового общения / И. С. Иванова – Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 166 с. – (Высшее образование. Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-008998-0.
12. Ильин, Е. П. Психология неформального общения / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2015. – 384 с. – ISBN 978-5-496-01255-5.
13. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М. : Дрофа, 2013. – 384 с. – ISBN 5-16-001082-3.

14. Лабунская, В. А. Психология затрудненного общения / В. А. Лабунская, Ю. А. Менджерицкая, Е. Д. Бреус. – М. : Академия, 2001. – 288 с. – ISBN 5-7695-0694-6.

15. Обозов, Н. Н. Психология делового общения / Н. Н. Обозов. – СПб. : Северо-Запад. ин-т упр., 1991. – 44 с. – ISBN 978-5-89781-570-8.

16. Руденко, А. М. Психология делового общения / А. М. Руденко. – Ростов-н/Д. : Наука-Спектр, 2014. – 264 с. – ISBN 978-5-394-02271-5.

17. Этика деловых отношений : учебник / В. К. Борисов [и др.]. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. – 176 с. – ISBN 978-5-819-90844-0.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Практические занятия

Тема № 1

ПРЕДМЕТ ПСИХОЛОГИИ И ЭТИКИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Время – 6 часов.

Цели занятия: формирование профессиональных компетенций в соответствии с матрицей; проверка освоения студентами содержания вопросов темы.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие, виды, функции и цели делового общения.
2. Место делового общения среди других видов общения.
3. Стороны процесса общения.
4. Виды и уровни общения.
5. Деловое общение как социально-психологическая проблема.
6. Виды делового взаимодействия, специфика ролей в деловом общении, особенности коллективных субъектов делового общения.

Тема № 2

ОБЩЕНИЕ КАК КОММУНИКАЦИЯ. ТИПОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

Время – 4 часа.

Цели занятия: формирование профессиональных компетенций в соответствии с матрицей; проверка освоения студентами содержания вопросов темы.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятия «коммуникация», «коммуникативная компетентность», «коммуникативный процесс», «коммуникативные сети», «мостик Файоля».
2. Структура, основные функции и виды коммуникаций. Значение и необходимость коммуникативных ролей.
3. Основные элементы коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры (профессиональные, смысловые, организационные, личностно-психологические и др.).
5. Соотношение и особенности вербальной и невербальной сторон коммуникации, их специфика в деловом общении.

Тема № 3

ОБЩЕНИЕ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ. ПЕРЦЕПТИВНАЯ И ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СТОРОНЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Время – 4 часа.

Цели занятия: формирование профессиональных компетенций в соответствии с матрицей; проверка освоения студентами содержания вопросов темы.

Вопросы к обсуждению:

1. Принципы и типы деловых взаимодействий.
2. Ролевое поведение личности в общении.
3. Социально-психологическая роль как идеальная модель поведения (гендерные роли, ролевая структура группы, групповые взаимодействия).
4. Техника самопрезентации и виды распределения ролей.
5. Пространство межличностного взаимодействия.
6. Общение как взаимодействие (трансактный анализ Э. Берна, Т. Харриса и т. д.).
7. Трансакция как единица взаимодействия, ее виды и структура, этапы общения.
8. Перцептивные механизмы делового общения: каузальная атрибуция, идентификация, рефлексия, эмпатия.
9. Роль эффекта восприятия в деловом общении. Эффекты и ошибки межличностного восприятия.
10. Предрассудки и предубеждения, их психологические источники.
11. Понятие межличностного восприятия в общении.
12. Роль эмоций в общении. Феномены аттракции и их значение в деловом общении.

Тема № 4

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ. МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Время – 2 часа.

Цели занятия: формирование профессиональных компетенций в соответствии с матрицей; проверка освоения студентами содержания вопросов темы; тестирование.

Вопросы к обсуждению:

1. Поведение человека в организации и типы сотрудников.
2. Детерминация поведения.
3. Психологические типы людей и их проявления в работе и общении.
4. Общая характеристика основных механизмов воздействия в общении.
5. Феномен личного влияния. Феномен обратной связи в межличностном общении.
6. Трудности межличностного общения.
7. Основные характеристики коллектива, его формирования и стиля управления.
8. Мышление руководителя и принятие решения. Теории и типы лидерства.

Тема № 5

БАРЬЕРЫ И КОНФЛИКТЫ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ. СПОСОБЫ ИХ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ И РАЗРЕШЕНИЯ

Время – 2 часа.

Цели занятия: формирование профессиональных компетенций в соответствии с матрицей; проверка освоения студентами содержания вопросов темы.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие конфликта и барьера в общении, их структура и причины возникновения.
2. Типология конфликтов и управление конфликтной ситуацией.
3. Предпосылки возникновения конфликтов в процессе делового общения.

**Примеры и варианты выполнения студенческих рефератов
по отдельным темам курса**

РЕФЕРАТ

По дисциплине «Этика и психология делового общения».

Тема: «**Деловое общение: основные характеристики**».

Подготовила:

студентка Гуманитарного института направления подготовки
42.03.02 – Журналистика

гр. Ж-121:

Иванова Н. С.

Владимир 2025

Содержание

| | |
|---|----|
| 1. Понятие и сущность делового общения..... | 76 |
| 2. Основные характеристики делового общения..... | 77 |
| 3. Виды и формы делового общения..... | 78 |
| 4. Барьеры в деловом общении и способы их преодоления | 79 |
| Заключение | 80 |
| Список литературы..... | 81 |

1. Понятие и сущность делового общения

Деловое общение – это профессиональное взаимодействие между людьми, направленное на решение рабочих задач, организацию совместной деятельности и поддержание деловых отношений. Оно возникает в управленческой, коммерческой, производственной и других сферах, где требуется четкая и эффективная коммуникация.

В отличие от повседневного общения деловое носит более структурированный и регламентированный характер. Оно подчиняется установленным нормам, правилам этикета и корпоративным стандартам. Участники такого взаимодействия выступают не просто как частные лица, а как представители организаций или профессиональных ролей (руководитель, сотрудник, клиент, партнер).

Сущность делового общения заключается в его практической направленности: оно служит инструментом для достижения конкретных целей, будь то заключение договора, согласование условий работы или разрешение конфликтной ситуации. При этом важную роль играют

такие аспекты, как взаимное уважение, четкость изложения информации и умение находить компромиссы.

Таким образом, деловое общение – это особая форма коммуникации, которая обеспечивает эффективное взаимодействие в профессиональной среде и способствует успешному ведению дел.

2. Основные характеристики делового общения

Деловое общение обладает рядом отличительных черт, которые выделяют его среди других видов коммуникации. Ключевые характеристики:

1. Целевая направленность.

Деловое общение всегда подчинено конкретной задаче – заключению сделки, обсуждению проекта, решению рабочего вопроса и т. д. В отличие от личного общения оно не бывает бесцельным и ориентировано на практический результат.

2. Регламентированность и формальность.

Подчиняется нормам делового этикета, корпоративным стандартам, а иногда и юридическим требованиям (например, при подписании договоров).

Включает:

- соблюдение субординации,
- использование профессиональной лексики,
- следование протоколу в официальных ситуациях.

3. Ролевой характер.

Участники взаимодействуют не как личности, а как представители своих должностей или организаций (менеджер – клиент, директор – подчиненный). Это определяет стиль, тон и содержание коммуникации.

4. Ориентация на взаимовыгодный результат.

Даже в конфликтных ситуациях стороны обычно заинтересованы в нахождении компромисса, так как деловые отношения предполагают дальнейшее сотрудничество.

5. Четкость и структурированность.

Информация передается лаконично (без лишних эмоций и отклонений от темы), последовательно (например, по плану переговоров), с акцентом на факты и аргументы.

6. Ответственность.

Слова и решения, озвученные в процессе такого общения, часто имеют последствия для бизнеса, поэтому участники несут ответственность за свои высказывания и обещания.

7. Использование профессиональных коммуникативных средств.

Включает: документооборот (письма, отчеты, договоры), презентации, корпоративные формы обратной связи (например, совещания).

Эти характеристики делают деловое общение эффективным инструментом для достижения рабочих целей при минимизации недопонимания и конфликтов.

3. Виды и формы делового общения

Деловое общение можно классифицировать по видам (в зависимости от целей и содержания) и формам (по способу организации коммуникации).

Виды делового общения

1. По способу передачи информации:

- устное (переговоры, совещания, презентации);
- письменное (деловая переписка, договоры, отчёты);
- электронное (e-mail, мессенджеры, видеоконференции).

2. По целям и содержанию:

- информационное – обмен сведениями (отчёт, инструктаж);
- убеждающее – влияние на мнение партнёра (продажи, переговоры);
- ритуальное – соблюдение корпоративных норм (приветствия, поздравления);
- конфликтное – разрешение спорных ситуаций.

3. По направленности коммуникации:

- вертикальное (руководитель ↔ подчинённый);
- горизонтальное (коллеги одного уровня);
- диагональное (сотрудники разных отделов и статусов).

Формы делового общения:

1. Деловая беседа.
2. Переговоры.
3. Совещание (собрание).
4. Публичное выступление.

5. Деловая переписка.
6. Пресс-конференция и интервью.
7. Корпоративное общение.

Разнообразие видов и форм делового общения позволяет эффективно решать рабочие задачи в зависимости от ситуации, статуса участников и поставленных целей. Грамотное использование этих инструментов повышает продуктивность и укрепляет профессиональные отношения.

4. Барьеры в деловом общении и способы их преодоления

Эффективное деловое общение часто сталкивается с различными барьерами, которые мешают взаимопониманию и продуктивному взаимодействию. Рассмотрим основные типы барьеров и методы их преодоления.

Коммуникативные барьеры. Они связаны с трудностями в передаче и восприятии информации. Например, семантические барьеры возникают, когда собеседники по-разному понимают значение слов, особенно при использовании профессионального жаргона или терминов. Логические барьеры появляются, если речь человека недостаточно структурирована, а мысли изложены хаотично. Стилистические барьеры связаны с несоответствием формы подачи информации ситуации, например, когда сложные формулировки используют в простой беседе или, наоборот, упрощают важное сообщение.

Не менее значимы психологические барьеры. Эмоциональное состояние сильно влияет на качество общения: стресс, раздражение или неуверенность мешают ясно выражать мысли и адекватно воспринимать слова собеседника. Перцептивные барьеры связаны с субъективным восприятием, например, когда предвзятое отношение или стереотипы искажают понимание сказанного.

Еще одна группа препятствий – организационные и культурные барьеры. В международном бизнесе или в компаниях с разной корпоративной культурой могут возникать недопонимания из-за различий в нормах поведения, традициях или стиле управления. Даже технические проблемы, такие как плохая связь во время видеоконференций или неудобные инструменты для переписки, способны серьезно затруднить коммуникацию.

Как преодолеть барьеры?

Для эффективного взаимодействия важно осознавать возможные препятствия и уметь их устранять. Прежде всего, необходимо четко формулировать мысли, избегая двусмысленности и подстраивая стиль общения под аудиторию.

Активное слушание – еще один ключевой навык. Важно не только говорить, но и слышать собеседника, уточнять его позицию и перефразировать сказанное, чтобы убедиться в правильном понимании. Это особенно полезно при эмоциональных или конфликтных ситуациях.

В межкультурной коммуникации помогает изучение традиций и норм партнеров. Даже базовое понимание особенностей делового этикета другой страны может предотвратить неловкие ситуации. Кроме того, важно выбирать удобные и надежные каналы связи, особенно при удаленной работе.

Наконец, развитие эмоционального интеллекта позволяет лучше управлять своими эмоциями и распознавать настроение собеседника. Это снижает риск конфликтов и помогает находить взаимовыгодные решения даже в сложных переговорах.

Барьеры в деловом общении – это неизбежная часть профессиональных взаимодействий, но их можно минимизировать. Четкая коммуникация, гибкость, уважение к особенностям собеседника и внимание к деталям значительно повышают качество диалога. Осознанное преодоление этих препятствий не только улучшает рабочие процессы, но и укрепляет доверие между коллегами и партнерами.

Заключение

Эффективное деловое общение – это не просто обмен информацией, а сложный процесс, требующий осознанного подхода и постоянного совершенствования. Как мы выяснили, на пути к продуктивному взаимодействию могут возникать различные барьеры: коммуникативные, психологические, организационные и культурные. Однако эти препятствия не являются непреодолимыми.

Главный ключ к успешному деловому общению лежит в развитии коммуникативной компетентности. Это включает в себя не только ясное изложение мыслей, но и способность слушать, понимать контекст, учитывать особенности собеседника и адаптировать стиль общения под конкретную ситуацию. Особое значение приобретает эмоциональный

интеллект, который позволяет устанавливать доверительные отношения даже в сложных деловых ситуациях.

Современный бизнес, становясь все более глобальным и цифровым, предъявляет новые требования к качеству коммуникации. Умение преодолевать барьеры в общении превращается в критически важный навык для любого профессионала. При этом важно помнить, что эффективная коммуникация – это не манипуляция, а путь к взаимопониманию и достижению общих целей.

Таким образом, совершенствование навыков делового общения должно быть постоянным процессом. Инвестируя время и усилия в развитие этих компетенций, мы не только улучшаем качество рабочих процессов, но и создаем основу для долгосрочного профессионального успеха и продуктивного сотрудничества.

Список литературы

1. Аверченко, Л. К. Управление общением : учеб. пособие / Л. К. Аверченко. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ, 2001. – 132 с.

2. Венедиктова, В. И. О деловой этике и этикете / В. И. Венедиктова. – М. : Фонд Правовая культура, 1994. – 218 с.

3. Кукушин, В. С. Психология делового общения : учеб. пособие / В. С. Кукушин. – М. : МарТ, 2003. – 166 с.

4. Лисенкова, Л. Ф. Психология и этика деловых отношений в коммерческой деятельности : учеб. пособие в 2 ч / Л. Ф. Лисенкова. – М. : ЦУМК, 1993.

5. Ребус, Б. М. Психологические основы делового общения / Б. М. Ребус. – М. : Илекса ; Ставрополь : Сервисшкола, 2002. – 110 с.

РЕФЕРАТ

По дисциплине: «Этика и психология делового общения».

Тема: «Технологии невербального общения».

Подготовила

студентка гр. ПЛ-121 Горячева Е. Д.

Владимир, 2025

Содержание

| | |
|---|----|
| 1. Характеристика невербальных средств коммуникации | 82 |
| 2. Понятие невербальной коммуникации | 83 |
| 3. Элементы невербальной коммуникации | 85 |
| Список литературы | 88 |

1. Характеристика невербальных средств коммуникации

Основные факты о невербальной коммуникации. Невербальная коммуникация признана равным по значимости со звуковой речью средством общения и взаимопонимания людей.

Изучением данного типа коммуникаций занимались многие ученые, такие как Б. Ф. Ломов, который утверждал, что проблема общения является основой всей психологической проблематики; А. В. Брушлинский, придерживающийся мнения о проявлении в общении специфических свойств и черт индивидов, а также их субъективных особенностей, таких как речь и мышление, и многие другие ученые.

Наиболее влиятельным исследованием в изучении проблемы языка тела у человека и животного начала XX века считается «Выражение эмоций» (Дарвин, XX век). Другими известными работами в данной сфере следует назвать «Общение как проблема общей психологии» (Б. Ф. Ломов, 1984), «Мышление и общение» (А. В. Брушлинский, 1990).

Само понятие невербальной коммуникации выходит далеко за рамки понятия вербального общения, так как обладает своими особенностями, элементами и реализуется во многих сферах передачи информации, помимо неречевых. В связи с широкой значимостью данного вида общения сформировалось отдельное самостоятельное научное направление, однако это произошло сравнительно недавно, в XX веке, хотя и затрагивалось ранее в исследованиях известных ученых.

Данное научное направление обладает большим числом составляющих, которые более детально рассмотрены в различных работах: «Невербальное поведение» (В. А. Лабунская, 1988); «Психология личности» (К. А. Абульханова-Славская, 1986); «Психология речи» (С. Л. Рубинштейн, 1976).

2. Понятие невербальной коммуникации

Под понятием «невербальная коммуникация» подразумевается обмен информацией между индивидами без использования речевых и языковых средств общения. Передача данных осуществляется за счет мимики, жестов, пантомимики, изменения мизансцены и многого другого. Инструментом данного общения служит тело индивида.

Данный способ общения позволяет передать больше информации о коммуникаторе: его темперамент, настроение, эмоциональное состояние в момент общения, социальный статус, отношение и характер восприятия какой-либо информации. Это помогает исправлять ошибки в манере подачи информации собеседнику, контролировать процесс получения и обработки им данных, а также облегчает само общение.

Невербальная коммуникация имеет ряд отличительных черт от вербальной. Одной из них является ситуативность первой. В условиях невербального общения можно понять состояние участников коммуникации на момент обмена информацией, но нельзя получить информацию о других предметах и событиях, находящихся или происходящих в другом месте, что осуществимо при вербальном общении. Еще одно различие кроется в синтетичности без речевого обмена информацией, т. е. сообщения почти нельзя разложить на отдельные составляющие, чего нельзя сказать о вербальном общении, где все элементы коммуникации четко отделены друг от друга (слова, фразы, предложения).

Но это не значит, что данное отличие затрудняет процесс обработки человеком данных, а просто подразумевает ее быстрое чтение с внешних показателей, которое ускоряет общение без недопонимания, потому что телодвижения доступны и понятны каждому. Также невербальные сообщения носят спонтанный характер. Это обусловлено тем, что речь люди могут контролировать, а невербальное поведение контролю практически не поддается.

Но при стольких различиях невербальные и вербальные коммуникации зачастую взаимодействуют. Различные жесты, мимика и пантомимика могут изменять или усиливать смысл слов. Примерами невербальной коммуникации, влияющей на восприятие речевой информации, являются улыбка, обмен взглядами, нахмуренные или приподнятые брови, взгляд одобрения или неодобрения и многое другое. Такое взаимодействие средств коммуникаций считается самым удачным способом общения, потому что задействует почти все возможные элементы передачи информации и обеспечивает стопроцентную эффективность понимания собеседников.

К средствам невербальной коммуникации относятся мимика, жесты, интонация, поза, пауза, слезы, смех и т. д. Они могут усиливать или заменять средства вербальной коммуникации, слова. Кроме того, они являются врожденными и позволяют находить взаимопонимание с другими индивидами и живыми существами на эмоциональном уровне. Так, например, высшие животные (дельфин, собака, обезьяна) общаются друг с другом и с человеком с помощью невербальных средств коммуникации.

Иначе говоря, невербальная коммуникация необходима, чтобы наиболее полно передавать информацию, украшать и дополнять вербальный способ передачи данных, увеличивать эффективность общения и обеспечивать доступность понимания для каждого индивида. Она позволяет также понимать собеседника на эмоциональном уровне по его внешним действиям, наблюдать за его отношением к чему-либо и реакцией на происходящее, что в полной мере может помочь при общении. Например, когда мы видим улыбку и приятную мимику собеседника, то не сомневаемся, что наша информация понятна, собеседник ее успешно обработал и положительно настроен на продолжение коммуникации. И напротив, когда мы видим у своего собеседника противоположные признаки, такие как нахмуренные брови, закрытая поза, напряженная мимика, то стараемся как можно быстрее изменить способ передачи данных для исправления ситуации. Однако для более верной интерпретации различных внешних признаков реакций собеседника необходимо ознакомиться с элементами невербальной коммуникации.

3. Элементы невербальной коммуникации

Существуют разные способы выражения и передачи информации без использования речи. При рассмотрении различных элементов можно получить более полную картину о том, как же осуществляются невербальные коммуникации. Итак, охарактеризуем основные составляющие.

1. Кинесика – совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при общении для передачи информации в более понятной форме. Построена на движениях тела. Кин – мельчайшая единица движения, из них складывается поведение, также и речь состоит из слов, предложений, фраз. Считывая кинемы, мы интерпретируем сообщения, которые передаются через жесты и другие телодвижения. К элементам кинесики относятся жесты, мимика, позы и взгляды, которые по своему происхождению бывают физиологическими (зевота, подтягивание) и социокультурными (сжатый кулак, раскрытые глаза).

2. Сенсорика – элемент невербальной коммуникации, основанный на взаимодействии с другими индивидами и окружающей средой с помощью органов чувств. Сформировать полноценное восприятие позволяют органы обоняния, осязания, зрения, слуха и вкуса, которые непосредственно связаны с нервной системой живого организма. Так, внешние факторы воздействуют на раздражители нервной системы, влияющие на восприятие и последующую информацию, которая поступает в виде запаха, изображения или вкуса. Реакции на данные виды информации у каждого человека или животного индивидуальны, поэтому и восприятие источников этой информации может быть различным.

3. Тактильное поведение – элемент невербальной коммуникации, основанный на различных прикосновениях. Примерами таких прикосновений служат объятия, щекотания, поцелуи, рукопожатия и т. д. Они несут в себе коммуникативно-значимые смыслы, позволяя сделать общение более или, наоборот, менее эффективным и тесным, а также определяют степень близости собеседников и т. д. Научное направление, которое занимается изучением этого элемента невербальной коммуникации, называется такесикой. Помимо множества аспектов прикосновений в ее исследования попадают различные факторы, влияю-

щие на тактильное поведение индивидов. Одним из значимых факторов является принадлежность коммуникаторов к различным национальностям. Разные веры и культуры содержат правила прикосновений, основанные на обычаях и традициях, которые существуют на протяжении долгих лет и нарушение которых недопустимо в обществе с моральной точки зрения.

4. Проксемика – элемент невербальной коммуникации, при котором характер и эффективность коммуникаций зависят от пространства организационного обмена информацией или от территориального интервала между людьми при общении друг с другом. Это явление было отмечено во многих исследованиях, в результате чего данный элемент стал отдельным научным направлением, которое подробно изучает все его аспекты. Считается, что человек неосознанно устанавливает рамки своего личного пространства, которое классифицируется на четыре зоны: публичная, социальная, личная, интимная.

Нарушение границ личного пространства человека ведет к уменьшению эффективности коммуникаций, затруднению восприятия информации индивидом, созданию для него некомфортной обстановки и т. д.

5. Хронемика – использование времени в невербальном коммуникационном процессе. Для общения время выступает не менее важным фактором, чем слова, жесты, позы и дистанции. Восприятие и использование времени – часть невербального общения [4].

Исследования в данной области выделяют две модели распределения времени:

- полихронная модель – человек может заниматься несколькими делами одновременно;
- монохронная модель – человек не может совмещать несколько дел одновременно, предпочитает делать все по-отдельности.

Необходимо учитывать, что все эти составляющие невербальной коммуникации выполняют важные функции: увеличивают эффективность общения, расширяют круг получаемой информации, которую можно извлечь, контактируя с другими, и делают ее понятнее. Все элементы невербальной коммуникации тесно связаны, они могут взаимно дополнять друг друга и вступать в противоречие между собой [5].

Различные исследования в сфере коммуникаций не дают нам сомневаться в том, что невербальные средства связи ничем не хуже своих оппонентов вербальных. Наоборот, разнообразие элементов дает собеседникам больше возможностей. Наука не стоит на месте и все более детально продолжает изучать язык нашего тела. Теперь ученые могут объяснять многие наши действия и определять, что они означают. В отличие от речи, которую мы контролируем, движения тела контролю почти не поддаются, поэтому наблюдать и изучать данные явления чрезвычайно интересно, ведь это целая наука, как математика, описывающая закономерности чисел и высчитывающая сложнейшие математические задания с помощью нескольких арифметических действий, или физика, объясняющая уникальные явления природы обычными физическими процессами. Так и психологи, овладев необходимым уровнем знаний, который они кропотливо накапливали с помощью применяемых методов и наблюдений за невербальными средствами коммуникации людей, сумели объяснить многие телодвижения. В наши дни невербальное общение так же важно и необходимо, как и вербальное. Без данного вида связи привычное нам общение уже сложно представить.

Мы привыкли принимать информацию через различные органы чувств: слух, зрение, обоняние, осязание, вкус. Если на мгновение лишиться этих весьма значительных способностей, мы не сможем в полной мере получать информацию о том, что нас окружает, и это вполне объяснимо. Даже у маленького ребенка, который еще не овладел речевыми навыками, познание мира, получение информации происходит путем невербальной коммуникации с окружающими. На ощупь он узнает свойства твердых и мягких предметов, по запаху определяет приятные или неприятные ему вещи, на вкус пробует все, что ему неизвестно. Данный тип невербальной коммуникации с окружающим миром относится к сенсорному элементу получения информации.

Помимо сенсорики существуют и другие способы познания мира и получения информации от окружающих людей. Например, научное направление проксемика выделило зависимость качества получения информации и эффективности коммуникаций от соблюдения

личного пространства во время общения. Кинесика позволяет обмениваться информацией при помощи жестов, поз, мимики и т. д. С помощью данного элемента мы можем чувствовать собеседника на эмоциональном уровне, видеть его реакцию на информацию и окружающие объекты, что нельзя сделать при вербальном средстве общения, а также получать информацию в максимально понятном виде. С помощью тактильного поведения можно варьировать степень близости с собеседником и больше располагать его к себе. Однако не стоит забывать, что существует множество факторов, влияющих на восприятие каждым человеком того или иного элемента. Это может быть обусловлено нормами, установленными в обществе, религиозной верой и принадлежностью к национальной культуре.

Список литературы

1. Ковальчук, А. Основы делового общения : учеб. пособие для студентов вузов / А. Ковальчук. – М. : Дашков и К, 2007. – С. 300 с.
2. Василик, М. А. Основы теории коммуникации / М. А. Василик. – М. : Гардарики, 2007. – 615 с.
3. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. – Воронеж : ВГТУ, 2000. – 167 с.
4. Кнапп, М. Л. Невербальные коммуникации / М. Л. Кнапп. – М. : Наука, 1980. – 305 с.
5. Характеристика невербальных средств общения [Электронный ресурс] – Режим доступа // [www. hr-portal. ru/article/kharakteristika-neverbalnykh-sredstv-obshcheniya](http://www.hr-portal.ru/article/kharakteristika-neverbalnykh-sredstv-obshcheniya) (дата обращения: 18.11.2025).

РЕФЕРАТ

По дисциплине: Этика и психология делового общения

Тема: «Имидж деловой женщины».

Подготовила:

студентка Гуманитарного института

Направления подготовки 37.03.01 – Психология

4-го курса гр. ПЛ-121 Мирзоян Ш. Э.

Владимир, 2025

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение..... | 87 |
| 1. Понятие об имидже..... | 88 |
| 2. Общие правила оформления внешности деловой женщины...89 | |
| 3. Общие правила поведения делового человека..... | 91 |
| Заключение..... | 92 |
| Список использованной литературы..... | 93 |

Введение

В современном мире, где женщины активно участвуют в бизнесе и занимают руководящие должности, тема имиджа деловой женщины приобретает особую актуальность. Успех в деловой сфере во многом зависит не только от профессиональных навыков и опыта, но и от умения создавать положительное впечатление, выстраивать доверительные отношения с коллегами и партнёрами, а также эффективно представлять свою компанию [2].

Имидж деловой женщины включает в себя множество аспектов, начиная с внешнего вида и заканчивая манерой общения и поведением.

Важную роль играет одежда, которая должна быть соответствующей деловому этикету и подчеркивать статус и уверенность в себе. Также имеют значение макияж, причёска и аксессуары, которые не должны отвлекать внимание от основной цели общения.

Кроме внешнего вида большое значение имеет манера общения. Деловая женщина должна уметь четко и ясно излагать свои мысли, слушать и понимать собеседника, быть уверенной в себе и уметь находить общий язык с разными людьми. Важную роль играет также умение управлять своими эмоциями и сохранять самообладание в стрессовых ситуациях.

В целом, имидж деловой женщины – это сочетание профессиональных навыков, опыта, умения создавать положительное впечатление, выстраивать доверительные отношения и эффективно представлять свою компанию. Развитие этих качеств поможет женщине добиться успеха в деловой сфере и построить успешную карьеру.

1. Понятие об имидже

Имидж – это понятие, перешедшее в современную русскую речь из английского языка (image – образ). Он означает сложившийся в сознании людей образ, совокупность определённых качеств, которые ассоциируются с отдельной личностью [3, с. 17].

Известна пословица: «Встречают по одежке, провожают по уму». С многовековой мудростью народа не поспоришь: никому не хочется, чтобы его плохо встречали. Первое впечатление, произведённое имиджем (образом), складывается в первые минуты знакомства. Тот, кто способен создать образ человека с привлекательной внешностью, отличными манерами, грамотной и элегантной речью, а также умением адекватно реагировать на отношение к себе со стороны других, быть эрудированным, талантливым, авторитетным и обаятельным, несомненно, сможет завоевать уважение и признание в обществе в дальнейшем.

Но порой даже очень талантливые и трудолюбивые люди, обладающие большими потенциальными возможностями, не добиваются заметного продвижения по службе из-за отсутствия надлежащего имиджа. Часто это происходит из-за недооценивания себя, что и создает непреодолимые препятствия на пути к успеху.

Главное при создании собственного имиджа – оценить и признать роль личной ответственности за себя, за свои действия, поступки и ситуации, в которых вы оказываетесь [5].

В первую очередь нужно определить, чего именно хочет достичь человек, так как каждый социальный круг имеет свой имидж. Например, в среде современных деловых людей принято не только демонстрировать внешние атрибуты принадлежности к этой среде (аксессуары, мобильный телефон, одежду известных дизайнеров, автомобиль престижной марки и т. д.), но и придерживаться определённых стереотипов поведения, которые свойственны данной среде. При этом крайне важно сохранить свою индивидуальность и неповторимость, без которых дальнейшее продвижение невозможно.

В деловой сфере и бизнес-кругах крайне важно создавать постоянное положительное впечатление, начиная с первой встречи и заканчивая каждым жестом и словом [4]. Если представить, что бизнес – это поле боя, то ваша речь – это ваш меч, ваша репутация, крепкий щит, а одежда на вас – ваши доспехи.

2. Общие правила оформления внешности деловой женщины

Для создания целостного облика в деловой сфере и бизнес-кругах важна каждая деталь, даже самая маленькая и незаметная: от правильного выбора галстука или булавки для галстука до идеально полированных туфель – всё это играет свою роль в создании впечатления успешного и уверенного в себе человека.

1. Украшения. Золотые, серебряные или жемчужные украшения создают серьёзный и соответствующий статусу образ. Бриллианты и цветные камни днём неуместны, как и украшения из дерева, акрила, шпагата, лент и резинок. Женщинам с тёплым цветотипом кожи рекомендуется носить золотые украшения, а женщинам холодного типа – серебряные [1, с. 345]. Остальные женщины могут носить как золото, так и серебро в комбинациях.

Броши и булавки. При их выборе проявите оригинальность и убедитесь, что они соответствуют вашему образу и не выглядят чрезмерно декоративно. Отдавайте предпочтение простым формам, таким как интересная абстрактная булавка или золотая (или жемчужная) брошка. Избегайте постоянного ношения одного и того же комплекта серёжек и брошки, так как это может указывать на то, что вы не способны сочетать вещи по-своему.

Часы. Это самый важный аксессуар, который может многое сказать о вас. Они обращают на себя внимание как женщин, так и мужчин и могут характеризовать ваш вкус и статус.

Ожерелье или нитка жемчуга могут дополнить вырез лучше, чем косынка или воротник. Выбор зависит от длины и полноты шеи. Женщины с нормальной или длинной шеей могут носить широкие кольца с жакетом без воротника. Если шея короткая, лучше носить длинную простую цепочку или нитку жемчуга, которые визуально удлинит шею.

2. Детали одежды. Деловой костюм включает в себя жакет с юбкой или брюками, платье в тон с жакетом, а также блузки [Там же,

с. 305]. Жакет в деловом стиле сочетается с разными элементами гардероба, такими как длинная юбка, свободный пуловер, водолазка или блузка-рубашка. Желательны строгие закрытые блузки, допустима блузка-топ без явного декольте. Юбки предпочтительны прямые или расширяющиеся книзу. Брюки могут быть широкие с отворотами и складками у пояса или более прилегающие. Главное в выборе делового костюма – это подбор модели, которая подходит к типу вашей фигуры и подчеркивает её достоинства. Правильно подобранный деловой костюм позиционирует вас как серьёзного, уверенного в себе и собранного человека.

Обувь и колготки. Деловая женщина должна носить колготки в любое время года, даже летом [1, с. 306]. Обувь предпочтительна в классическом стиле: туфли-лодочки на среднем каблуке (3 – 5 см высотой) без вычурных украшений [Там же, с. 307]. Предпочтение отдается черному, темно-синему, коричневому, серому и бежевому цветам. Недопустима обувь двухцветная, яркой окраски.

Портфельчики, дипломаты и сумки. Выбирая данный аксессуар, купите самый лучший, какой только вам доступен, по возможности кожаный. Что касается цвета, выбор не ограничен, но с большинством образов вполне элегантно выглядит черная или красновато коричневая сумка [Там же].

Ткани. Хороший вкус проявляется в умении подбирать для своей одежды ткани. Деловой стиль предполагает добротные ткани без эффекта блеска, плотные и натуральные: твид, шерсть, для блузок – шелк, сорочечные ткани. Худым женщинам лучше всего подходит одежда из легко «торчащих» тканей или из тканей с ворсом. Полным, наоборот, следует избегать букле и тканей с ворсистой поверхностью. Им больше подойдут тяжелые «падающие» ткани [Там же].

3. Прическа, макияж, маникюр. В деловой обстановке актуальна аккуратная и умеренно строгая прическа, которая не отвлекает внимание от основного общения. Распущенные волосы, особенно длинные, могут быть неуместными, также как и яркие, вызывающие цвета волос [Там же, с. 344].

Макияж должен быть модным, но умеренным, подчеркивающим ваши достоинства и подходящим к вашему цветотипу. Также он должен гармонировать со всем костюмом. Неяркая помада, тушь, натуральный

цвет кожи и румян – это основа дневного макияжа. Допустимы тени в пастельных оттенках [1, с. 319].

Маникюр для ногтей также обязателен. Предпочтителен лак в пастельной гамме, сочетающийся с помадой и в целом с макияжем и одеждой. Ногти не должны быть слишком длинные и сразу бросаться в глаза собеседнику [Там же, с. 342].

3. Общие правила поведения делового человека

Манера держаться играет существенную роль в общении, демонстрируя уважение к окружающим. Подобно аккуратной одежде, вежливому тону и тактичности, манера поведения служит показателем культуры и профессионализма. Важно помнить, что естественность – один из ключевых принципов поведения делового человека. Старание казаться кем-то другим может вызвать недоверие или негативное впечатление.

Жесты и движения также играют важную роль в создании образа и могут многое сказать о личности [Там же, с. 231]. Важно, чтобы они были естественными и соответствовали ситуации. Движения не должны быть резкими или быстрыми, а поза должна быть подтянутой и собранной, особенно во время работы.

При общении с людьми старше вас важно быть более собранным и тактичным, чем при общении со сверстниками [Там же, с. 220]. Походка должна быть размеренной, а осанка прямой. Сидя на стуле, не стоит раскачиваться или садиться на край. Также не рекомендуется облокачиваться на стол. Присаживаться и подниматься нужно тихо и без лишнего шума.

Нежелательными привычками являются машинальное раскачивание ног, ёрзание на стуле или периодическое постукивание каблук по полу. Подобное поведение может быть воспринято как отсутствие интереса к разговору.

При беседе лучше сидеть прямо, не наклоняясь или не откидываясь назад [Там же, с. 233]. Для деловой женщины наиболее приемлемой позой будет сидение с коленями вместе, ступнями одна возле другой и повернутой немного наискосок голенью.

Подпирать голову рукой при разговоре некрасиво, так как это может означать скуку или усталость [Там же]. Скрещивание рук на груди

обычно воспринимается как недовольство или желание прекратить разговор. Поднятые плечи или втянутая голова означают напряженность и производят впечатление замкнутости. Для расположения собеседника к разговору можно склонить голову набок. Наклон головы создает впечатление того, что человек внимательно слушает.

Также не стоит делать того, что может быть расценено как затягивание времени разговора, например закуривание сигареты или протирание стекол очков. Подобные действия могут создавать впечатление, что человек пытается уклониться от ответа или избежать продолжения разговора [1, с. 226].

Заключение

Деловой стиль одежды является универсальным и подходит для повседневной носки. Он должен быть функциональным и элегантным, подчеркивающим деловые качества женщины. Одежда в деловом стиле ассоциируется с деловитостью, энергичностью, решительностью, уверенностью в себе, аккуратностью и работоспособностью.

При выборе одежды деловая женщина должна придерживаться определенной палитры оттенков, избегая ярких и кричащих цветов. Не рекомендуется носить одежду, которая слишком облегает фигуру и подчеркивает сексуальность. Юбка должна быть чуть выше колена, а силуэт – полуприлегающим. Также следует исключить романтические оборки, воланы и рюши, которые могут снизить рейтинг деловых качеств.

Деловая женщина может добавлять в свой костюм элементы женственности и романтики, такие как шарф или платок, которые оттеняют ее индивидуальность и неповторимость.

Необходимо отказаться от завитых или распущенных длинных волос и помнить о седине, которая может снизить рейтинг деловых качеств.

Таким образом, главным аспектом делового имиджа женщины является баланс и умеренность в выборе стиля и аксессуаров, которые дополняют ее профессиональные качества и создают образ успешной и серьезной личности. Элегантность и вкус в одежде и макияже, а также целесообразность в выборе делового гардероба – ключевые элементы

имиджа деловой женщины. Кроме того, важно соблюдать определенные этические нормы поведения, которые демонстрируют уважение к коллегам и партнерам, а также показывают высокий уровень культуры и профессионализма.

Список использованной литературы

1. Андреев, В. Ф. Золотая книга этикета / В. Ф. Андреев. – М. : Вече, 2005. – 400 с.
2. Бабаева, Л. В. Женщины в бизнесе / Л. В. Бабаева // Социологические исследования. – 2006. – № 3. – С. 75 – 81.
3. Панасюк, А. Ю. Имидж / А. Ю. Панасюк. – М. : Рипол Классик, 2007. – 768 с.
4. Рева, В. Е. Деловое общение : учеб. пособие / В. Е. Рева. – Пенза : ПГУ, 2003. – 240 с.
5. Ушакова, Н. В. Имиджелогия : учеб. пособие / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. – М., 2010. – 280 с.

РЕФЕРАТ

Тема: «Служебный этикет».

Подготовила:

студентка Гуманитарного института

Направления подготовки 37.03.01 – Психология

4-го курса группы ПЛ-121 Рыжова Мария Владимировна

Владимир, 2025

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение..... | 94 |
| 1. Служебный этикет..... | 94 |
| 2. Общение руководителя с подчинёнными | 96 |
| 3. Общение между сотрудниками | 97 |
| Заключение | 98 |
| Список использованной литературы | 98 |

Введение

В условиях современного общества, где взаимодействие между людьми становится все более многообразным и динамичным, умение вести себя на рабочем месте играет ключевую роль в успешной карьере и эффективной работе организаций. Соблюдение этикета способствует формированию положительного имиджа компании, укрепляет деловые связи и создает комфортную атмосферу для сотрудничества.

Чтобы процесс общения протекал нормально, бесконфликтно и приводил к ожидаемым и значимым для обеих сторон результатам, он должен подчиняться определённым правилам внешнего поведения, совокупность которых обозначается понятием «этикет».

Цель: рассмотреть особенности служебного этикета.

Задачи:

1. Описать общую характеристику служебного этикета.
2. Охарактеризовать особенности служебного этикета в общении между руководителем и подчинёнными.
3. Рассмотреть особенности служебного этикета в общении между сотрудниками.

1. Служебный этикет

Служебный этикет – это общепринятые (или декларативно установленные) правила социального поведения в профессиональном общении в конкретной организации; система норм и атрибутов делового

этикета, присущая конкретной организации: требования к стилю и стандарту общения, ведению дел с субъектами внешнего окружения организации, мероприятия по формированию имиджа организации [2].

Служебный этикет должен, с одной стороны, обеспечивать нормативную регуляцию процесса общения неравных по социальному статусу партнеров путем выравнивания их позиций, но не в социальном, а только в коммуникативном плане. С другой стороны, сохранять и поддерживать определенное «неравенство» партнеров, имеющих различный служебный статус, для обеспечения надлежащей субординации и дисциплины.

Этикет сегодня – это прежде всего средство общения, средство регуляции взаимоотношений общающихся людей. Можно привести такую аналогию: без знания норм и правил служебного этикета организации человек похож на водителя, который оказался за рулем и выехал на улицу, не зная правил дорожного движения. Организационное поведение в современных условиях рождает новые ситуации общения, вносит новые этикетные требования. Запомнить их все невозможно. Жизнь намного сложнее, чем правила, и в ней случаются такие ситуации, которые довольно трудно предвидеть даже в самом своде правил этикета [1].

Можно выделить несколько принципов служебного этикета, которые чрезвычайно важны для должностных лиц и работников организаций.

1. Принцип гуманизма, человечности, который воплощается непосредственно в нравственных требованиях к культуре взаимоотношений:

- вежливость;
- тактичность;
- скромность;
- точность.

2. Принцип служебного этикета – целесообразность действий. Современный служебный этикет предполагает, что всё в общении должно быть умеренным и простым. Если мы не знаем, как вести себя в какой-то нестандартной для нас ситуации, то следует руководствоваться принципом целесообразности и удобства. Хотя надо помнить, что удобно должно быть не только нам, но и людям, которые нас окружают.

Реальная жизнь сложна и многогранна поэтому возникают ситуации, не регулируемые установленными правилами и нормами. Современный этикет недогматический, он предусматривает возможность

выбора. Согласно новым социальным условиям жизни нормы этикета могут и должны меняться.

3. Принцип служебного этикета – это красота, или эстетическая привлекательность, поведения. Правила этикета определяются требованиями эстетики. Их логика достаточно проста: «неприлично, потому что некрасиво».

Человек в сфере своей трудовой деятельности должен вести себя таким образом, чтобы как можно меньше возникало межличностных конфликтов и чтобы другим людям было комфортно работать рядом с ним при прямом и косвенном межличностном контакте.

Требования к этикету делятся на две подгруппы. Первая подгруппа включает в себя требования в межличностных контактах по горизонтали (подчинённый – подчинённый, руководитель – руководитель). Вторая подгруппа включает в себя требования в межличностных контактах по вертикали (подчинённый – руководитель) [3].

2. Общение руководителя с подчинёнными

Стиль общения руководителя с сотрудником (т. е. подчинённым) зависит от общего стиля отношений в коллективе. Руководитель, как правило, должен обращаться к сотрудникам по имени и отчеству. По имени можно обращаться к ближайшим сотрудникам, если они молоды и не возражают против такого обращения.

В деловом разговоре надо уметь дать ответ на любой вопрос, даже на простейший, задаваемый ежедневно по несколько раз, «как дела?». Всегда необходимо помнить о чувстве меры: ничего не ответить невежливо; буркнуть «нормально» и пройти мимо тоже невежливо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах – прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает отвечать примерно следующее: «Спасибо, нормально» и, в свою очередь, поинтересоваться: «Надеюсь, что и у вас все обстоит хорошо?». Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех.

Следующий немаловажный этап – умение слушать своих сотрудников. Многие считают, что может быть проще, чем уметь слушать! Но слушать – это не значит бездействовать. Слушая, необходимо вникнуть в смысл не только того, о чем говорит ваш сотрудник, но и понять, для чего он это говорит, что он от вас хочет, с чем он к вам пришел, что вы можете для него сделать?

Во время проведения индивидуальных встреч с подчиненными следует говорить приблизительно 20 % времени, а остальные 80 % слушать. Никогда не переходить на личности, описывать манеру поведения сотрудника как свидетельство проявления или, наоборот, непроявления того или иного качества. При обсуждении проблемы совершенствования работы сотрудника лучше всего начать с открытых вопросов и пригласить его высказать свои соображения по этому вопросу:

Что вы думаете о том, как идет ваша работа со времени нашей последней встречи?

Как вы думаете, что у вас получается лучше всего, а что хуже?

Каковы ваши сильные стороны, а в каких областях вам еще стоит поработать?

Таким образом, во всех ситуациях, возникающих в процессе служебной деятельности, руководитель должен проявлять вежливость, доверие к подчиненным и уважение их личного достоинства, искренность и доброжелательность. Но и подчиненные должны усвоить основные правила служебного общения: быть вежливыми и выдержанными.

3. Общение между сотрудниками

Коллектив объединяет людей – сослуживцев разного возраста, пола, уровня образования и культуры, интеллигентности. Порядочность начинается с того, что человек держит данное им слово, честно, профессионально, грамотно выполняет свои обязанности, служебный долг перед другими людьми. При этом очень важно не забывать, что у каждого сослуживца свой характер, привычки, убеждения, вкусы и потребности.

Критерии служебного этикета между сотрудниками могут включать следующие аспекты:

1) Понимание и выполнение должностных обязанностей, соблюдение границ установленной зоны ответственности.

2) Пунктуальность, бережное отношение к своему и чужому рабочему времени.

3) Лояльное отношение к традициям и корпоративной культуре компании.

4) Уважительное отношение к коллегам, соблюдение их личных границ, поддержание ровных, дружеских отношений.

5) Исключение критики и унижительного отношения к конкурентам.

6) Запрет присваивать себе чужие достижения или пытаться выделиться за чужой счёт.

7) Избегание идеологических споров и попыток переубедить или перевоспитать друг друга по вопросам, которые не относятся к производственной сфере.

8) Запрет сплетничать или давать другим повод для сплетен.

9) Стремление соблюдать нейтралитет в случае производственных конфликтов.

Таким образом, этикет служебных взаимоотношений обязывает сотрудника быть одинаково уважительным ко всем коллегам, готовым принять участие в их делах и просьбах. Абсолютно недопустимо проявлять к одному подчеркнутую любезность, а с другим вести себя гордо и высокомерно.

Заключение

Служебный этикет является неотъемлемой частью профессиональной среды, играя важную роль в формировании успешных взаимоотношений как внутри компании, так и вне её. Правила и нормы поведения на рабочем месте создают гармоничную атмосферу, способствующую эффективному взаимодействию сотрудников. Соблюдение служебного этикета помогает избежать недоразумений и конфликтов, а также укрепляет имидж компании в глазах клиентов и партнеров. Понимание и практическое применение норм делового общения и внешнего поведения позволяет специалистам более уверенно чувствовать себя в различных рабочих ситуациях, включая переговоры и командные взаимодействия.

Список использованной литературы

1. Алексина, Т. А. Деловая этика : учебник / Т. А. Алексина. – М. : Юрайт, 2016. – 386 с.

2. Егоршин, А. П. Этика деловых отношений / А. П. Егоршин, В. П. Распопов, Н. В. Шашкова. – М. : НИМБ, 2015. – 402 с.

3. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. – М. : Дрофа, 2013. – 384 с.

РЕФЕРАТ

По дисциплине «Этика и психология делового общения».

Тема: «**Виды деловой переписки. Деловое письмо**».

Подготовила:

студентка Гуманитарного института

Направления 37. 03. 01 – Психология

4 курса группы ПЛ-121:

Мальшева Т. А.

Владимир 2025

Содержание

| | |
|---|-----|
| Введение..... | 101 |
| 1. Деловая переписка как вид делового общения..... | 102 |
| 2. Виды документов, образующих деловую переписку..... | 102 |
| 3. Назначение, классификация и структура деловых писем | 104 |
| Заключение | 106 |
| Список литературы..... | 107 |

Введение

Актуальность. В современных условиях активного делового взаимодействия деловая переписка играет ключевую роль в коммуникации между организациями, государственными учреждениями и частными лицами. Несмотря на развитие цифровых технологий и появление новых способов обмена информацией, официальные письменные документы остаются важнейшим инструментом делового общения. Они позволяют фиксировать договоренности, устанавливать и поддерживать деловые связи, обеспечивать правовую защиту участников взаимодействия.

Грамотное ведение деловой переписки требует не только знания её видов, но и умения правильно составлять деловые письма в соответствии с установленными нормами. Ошибки в деловой переписке могут привести к недоразумениям, ухудшению деловой репутации и даже юридическим последствиям.

Цель: изучить виды деловой переписки и особенности делового письма как ключевого инструмента делового общения.

Объект: деловая переписка как форма делового общения в профессиональной сфере.

Предмет: виды деловой переписки и особенности делового письма как основного ее инструмента.

Задачи:

1. Проанализировать литературу по теме «Виды деловой переписки. Деловое письмо».
2. Раскрыть сущность деловой переписки как одного из видов делового общения.
3. Рассмотреть виды документов, образующих деловую переписку.
4. Изучить назначение, классификацию и структуру делового письма.
5. Сделать соответствующие выводы.

Метод исследования – теоретический: анализ литературы.

1. Деловая переписка как вид делового общения

При известной удаленности объектов и органов управления друг от друга возникает необходимость в письменном деловом общении, так называемой внешней деловой переписке. Существует потребность и во внутренней деловой переписке, предназначенной для обмена информацией внутри организации (например, между ее структурными подразделениями) [1].

С помощью деловой переписки осуществляются передача информации, указаний, корректировка и уточнение ранее переданных указаний или информации, сбор, обработка, систематизация и анализ информации [Там же].

Передача информации необходима с целью проинформировать другую сторону о состоянии дел в интересующей области для использования этой информации в процессе выработки и принятия решения, а также добиться от другой стороны совершения вполне конкретных по направлению и срокам действий [Там же].

Корректировка и уточнение имеют целью повлиять на последующее развитие событий, ход которых уже отчасти predetermined переданной ранее информацией или указаниями. Сбор, обработка, систематизация и анализ информации предполагают подготовку следующего решения или необходимой для совершения каких-либо действий информации [Там же].

2. Виды документов, образующих деловую переписку

Существующие виды документов, образующих деловую переписку, можно классифицировать по различным основаниям [2]:

– по месту обращения (внешняя и внутренняя переписка предприятия, организации);

- способам передачи (доставки): использование обычной или курьерской почты, технических средств (электросвязь, телефон, телефакс, интернет) и пр.;
- срокам исполнения (срочные, периодические, второстепенные и т. д.);
- функциональному назначению (обмен информацией общего характера, передача управленческих решений и пр.);
- объему (большие, средние и малые);
- первичности происхождения (инициативные, ответные; исходящие, входящие; оригиналы, копии);
- степени доступности своего содержания (конфиденциальные, ограниченного или неограниченного доступа).

Наиболее распространенными являются следующие виды документов, образующих деловую переписку [2].

Письмо – обобщенное название документов, создаваемых по широкому кругу вопросов и предназначенных для передачи документированной информации от автора (разработчика) документа к его получателю (адресату).

Служебная записка – письмо, предназначенное для передачи документированной информации исключительно внутри предприятия (организации). Особенность служебной записки заключается в том, что она объединяет в себе функции сразу двух документов – делового письма и заявления. Общее функциональное назначение служебной записки состоит в обеспечении оперативного обмена письменной информацией между работниками одного и того же предприятия.

Телеграмма – документ, переданный и принятый по каналам электросвязи. К услугам телеграфа прибегают, когда необходимо незамедлительно передать информацию небольшого объема и особой важности, если возникла непредвиденная либо критическая ситуация или телеграфная связь является единственным доступным каналом передачи документированной информации.

Телефонограмма – документ, переданный и принятый по каналам телексной связи. Представляет собой краткое речевое сообщение, подготовленное с соблюдением определенных правил к передаче и (или) принятое под запись по каналам электросвязи (в том числе радиотелефонной связи). Телефонограмма – это разновидность телеграммы. Разница заключается лишь в способе передачи и приема информации.

Электронное письмо – документ, переданный и принятый по каналам информационной сети, соединяющей между собой компьютеры с помощью специальных устройств (сетевых адаптеров, карт, модемов).

Справка – документ, описывающий или подтверждающий содержание тех или иных фактов, событий и т. п. Как правило, содержанием справки подтверждается (описывается) определенная информация о работнике или третьих лицах, в том числе фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, стаж работы, сведения об образовании, сведения об основаниях для получения определенных льгот и т. д.

План – документ, включающий перечень намечаемых к выполнению работ или мероприятий с указанием сроков их выполнения и исполнителей.

График работы – это документ, определяющий основные временные показатели мероприятий (дату, начало и окончание), проводимых в соответствии с планами, а в некоторых случаях – отдельных мероприятий. График работы может разрабатываться в качестве самостоятельного документа или приложения к другому документу, в том числе к плану.

Отчет – документ, содержащий сведения о выполнении заданий, мероприятий, их отдельных этапов, представляемый руководителю предприятия либо в смежную организацию.

Сводка – документ, в краткой форме отражающий обработку статистических данных, характеризующих выполнение какого-либо вида работ за краткосрочный период времени. В сводке могут отражаться результаты выполнения строго определенного вида работ или нескольких их видов, связанных между собой технологически.

Протокол – документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов, а также проведения некоторых мероприятий (например, заседаний педагогического совета, аттестационной комиссии и пр.).

Акт – документ, подтверждающий установленное группой лиц (например, комиссией) состояние дел и утверждаемый их руководителем (например, председателем комиссии).

3. Назначение, классификация и структура деловых писем

Деловое письмо – это краткий (как правило, не более 1 – 2 страниц) документ, касающийся одного вопроса (или нескольких тесно связанных между собой вопросов) и предназначенный для осуществления

оперативного информационного обмена между предприятиями (организациями, учреждениями), их структурными подразделениями (должностными лицами) [3].

Существует около 30 видов деловых писем. Главным классификационным критерием для деловых писем является их функциональное назначение [Там же] (см. таблицу).

| Функция деловых писем | Вид писем |
|--|---|
| Передача информации общеделового назначения | Письмо-сообщение Информационное письмо Сопроводительное письмо |
| Передача информации целевого делового назначения | Письмо-просьба Письмо-запрос Письмо-подтверждение Письмо-предложение Письмо прямой почтовой рассылки Письмо-заявление Письмо-заказ Гарантийное письмо Рекламационное письмо (претензия) |
| Передача информации вспомогательного делового назначения | Уведомление Напоминание Предупреждение Извещение Имиджевое письмо Рекомендательное письмо Письмо-резюме Письмо-шаблон |
| Передача прочей деловой информации | Письмо-поздравление Письмо-приглашение Письмо-извинение Письмо с выражением сожаления Письмо по случаю отъезда Письмо-благодарность Письмо негативного содержания Письмо-отказ |
| Передача информации, обязывающей к выполнению строго определенных действий | Директива Приказ (распоряжение) Решение Предписание |

В наиболее общем случае текст делового письма включает вводную, основную и заключительную части.

Вводная часть текста делового письма предназначена для конкретизации сути вопроса, послужившего поводом для делового письма. Она включает в себя приветствие, обращение к адресату и лид-абзац. В наиболее распространенных случаях лид-абзац предназначен для выражения адресату формальной благодарности, пояснения мотивов и темы делового письма, обеспечения смысловой и стилистической подводки к тексту делового письма [4].

Основная часть текста посвящена последовательному и подробному описанию различных аспектов вопроса [Там же].

Заключительная часть необходима для изложения выводов и просьб. Заключительная формула вежливости – это обязательный элемент делового письма (С уважением, ...) [Там же].

Подпись отправителя является обязательным и, как правило, заключительным элементом структуры делового письма. Подпись придает официальному деловому письму юридическую силу и удостоверяет личность отправителя [Там же].

Заключение

Деловая переписка играет важную роль в профессиональной коммуникации, обеспечивая обмен информацией, документирование договоренностей и поддержание деловых связей. Она бывает внешней, когда используется для взаимодействия между организациями, и внутренней, предназначенной для обмена информацией внутри компании.

Существует множество видов деловых документов, среди которых наиболее распространены письма, служебные записки, телеграммы, телефонограммы, электронные письма, справки, отчеты, акты и протоколы.

Деловые письма классифицируются по функциональному назначению и могут быть информационными, запросными, ответными, обязательственными, имиджевыми, претензионными и др. Независимо от вида структура делового письма включает три основные части: вводную, содержащую приветствие и пояснение темы; основную, в которой излагается суть вопроса; и заключительную, содержащую выводы, просьбы или формулы вежливости.

Соблюдение норм деловой переписки помогает избежать недоразумений, повышает эффективность взаимодействия и формирует положительный имидж организации. Грамотное ведение деловой переписки – это важный навык, необходимый для успешной профессиональной деятельности.

Список использованной литературы

1. Исянова, И. И. Разновидности деловых писем / И. И. Исянова // Теория и практика современной науки. – 2016. – № 12(114). – С. 182 – 185.
2. Крылова, С. Г. Деловые коммуникации : учеб.-метод. пособие / С. Г. Крылова. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2014. – 105 с.
3. Кузнецов, И. Н. Деловое письмо : учеб.-справ. пособие / И. Н. Кузнецов. – М. : Дашков и К, 2012. – 196 с.
4. Рогожин, М. Ю. Деловые документы в примерах и образцах / М. Ю. Рогожин. – М. : МЦФЭР, 2003. – 496 с.
5. Яковлева, Н. Ф. Деловое общение : учеб. пособие / Н. Ф. Яковлева. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 269 с.

Учебное электронное издание

АБРАМЯН Нина Георгиевна

ЭТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Учебное пособие

Редактор А. П. Володина

Технический редактор Ш. Ш. Амирсейидов

Компьютерная верстка Д. В. Лавровой, Л. В. Макаровой

Корректор О. В. Балашова

Выпускающий редактор А. А. Амирсейидова

Системные требования: Intel от 1,3 ГГц; Windows XP/7/8/10; Adobe Reader;
дисковод CD-ROM.

Тираж 9 экз.

Издательство Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых.
600000, Владимир, ул. Горького, 87.