

Д. М. Рамендик

ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ ДЛЯ СПО

2-е издание, исправленное и дополненное

Рекомендовано Учебно-методическим отделом среднего профессионального образования в качестве учебника и практикума для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования

**Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru**

Москва ■ Юрайт ■ 2016

УДК 159.9(075.32)

ББК 88я723

P21

Автор:

Рамендик Дина Михайловна — кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник кафедры высшей нервной деятельности биологического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Рецензенты:

Одинцов А. А. — профессор, доктор экономических наук, заведующий кафедрой управления Московского государственного университета дизайна и технологии;

Шкуро С. И. — доктор экономических наук, профессор.

Рамендик, Д. М.

P21 Психология делового общения : учебник и практикум для СПО / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 258 с. — Серия : Профессиональное образование.

ISBN 978-5-9916-7315-0

В учебнике основное внимание уделено сведениям, важным для адаптации и эффективной работы молодого сотрудника в организации: нормальному и конфликтному общению в коллективе, факторам, определяющим впечатление о человеке, мотивации работника, правилам эффективного делового общения в различных ситуациях, а также предотвращению психологического давления и манипулирования.

Для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, бакалавров и специалистов разных специальностей, чья профессиональная деятельность предполагает работу в коллективе любого размера и регулярное деловое общение с коллегами, клиентами и заказчиками. Он может быть полезен также магистрам и выпускникам для повышения квалификации.

УДК 159.9(075.32)

ББК 88я723



Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

ISBN 978-5-9916-7315-0

© Рамендик Д. М., 2006

© Рамендик Д. М., 2016, с изменениями

© ООО «Издательство Юрайт», 2016

Оглавление

ПРЕДИСЛОВИЕ	6
Введение. О ЧЕМ ЭТА КНИГА (Зачем менеджеру психология?).....	10
Глава 1. ЧТО ТАКОЕ «ПСИХОЛОГИЯ».....	13
1.1. Предмет психологии	13
1.2. Основные методы психологических исследований.....	13
1.3. Структура и источники психологических знаний	16
1.4. Зачем нужны психология и психологи	17
Глава 2. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ	19
2.1. Общие принципы психологии общения. Процесс общения. Образы партнеров	19
2.2. Особенности делового общения	24
2.3. Структура процесса общения. Эффективное слушание	26
Глава 3. КОЛЛЕКТИВ И ЛИЧНОСТЬ	31
3.1. Организационная и психологическая структура коллектива	31
3.2. Руководство и лидерство.....	40
3.3. Мотивация работника	47
Глава 4. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СОВМЕСТИМОСТЬ И КОНФЛИКТЫ.....	51
4.1. Факторы, определяющие впечатление о человеке	51
4.2. Психологическая совместимость	70
4.3. Конфликты в деловом общении	80
4.3.1. Структура, виды и стадии развития конфликтов	80
4.3.2. Причины конфликтов	87
4.3.3. Функции конфликтов	89
4.3.4. Способы управления конфликтами. Стратегии поведения в конфликте.....	91

Глава 5. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ...100

5.1. Этикет делового общения	100
5.2. Формальное деловое общение (переговоры, совещания)	112
5.2.1. Правила ведения переговоров	112
5.2.2. Совещание, дискуссии	119
5.3. Речевые стратегии и правила ведения деловых бесед	124
5.4. Публичное выступление. Презентация	132
5.5. Этикет делового разговора по телефону	134
5.6. Правила поведения в виртуальном мире	141
5.7. Визитная карточка	143
5.8. Деловая переписка	146
5.9. Неформальное деловое общение. Официальные приемы	150

Глава 6. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ И МАНИПУЛИРОВАНИЕ.....158

6.1. Психологическое воздействие	158
6.2. Предпосылки манипуляции	161
6.3. Подготовительные действия манипулятора	162
6.4. Представление о манипуляционных технологиях	164
6.5. Противодействие манипулированию	168
6.6. Психологическое давление и манипулирование при переговорах	169
6.7. Меры по нейтрализации манипуляций на переговорах	177

Заключение183

Приложение 1. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ОБЩЕНИЯ.....187

1.1. Отражение состояний и эмоций человека в неречевых телесных сигналах	187
1.2. Непроизвольные случайные рисунки как показатели эмоционального состояния человека	203

Приложение 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ209

2.1. Диагностика мотивационной структуры личности	209
2.2. Особенности общения и поведения человека	224
2.3. Тест на оценку конфликтности личности	229
2.4. Опросник «Умение слушать»	232
2.5. Опросник «Уверенность в себе»	233
2.6. Опросник «Доминирующая стратегия психологической защиты»	235

Приложение 3. ТЕСТЫ ДЛЯ ВЫБОРОЧНОГО КОНТРОЛЯ	
ЗНАНИЙ	241
3.1. Методы психологии	241
3.2. Деловое общение	242
3.3. Коллектив и личность	246
3.4. Психологическая совместимость	249
3.5. Конфликты в деловом общении	253
Рекомендованная литература.....	257

Предисловие

Этот учебник будет полезен тем, кто готовится начать свою работу в организации. Независимо от размера и специализации организации, многие трудности, с которыми сталкиваются молодые специалисты, — необходимость ежедневного и ежечасного общения с отнюдь не идеальными коллегами и начальниками, а также с клиентами, далеко не всегда приветливыми и доброжелательными. Трудности, возникающие в процессе делового общения, зачастую приводят молодого специалиста к «профессиональному выгоранию», разочарованию в профессии, частой смене места работы в надежде, что в новой фирме все сложится удачно. Молодые сотрудники начинают обычно с невысоких должностей, и им не приходится руководить другими людьми. Но по мере карьерного роста проблемы такого рода не уменьшаются, а могут даже увеличиваться.

Актуальными являются для них знания, помогающие войти в коллектив, быстро адаптироваться и занять в нем достойное место, а также избегать конфликтов, а если конфликт возник — достойно из него выйти. Кроме того, исполнение своих обязанностей может потребовать от молодого сотрудника общения с клиентами и партнерами (лично, по телефону или письменно), участия в организации и проведении переговоров и других корпоративных мероприятий. Молодым сотрудникам необходимо овладеть практическими навыками разностороннего делового общения, многому научиться, что позволит им легче пройти все ступени профессионального роста.

Основное внимание в настоящем учебнике уделено нормальному и конфликтному общению в коллективе; факторам, определяющим впечатление о человеке; мотивации работника; правилам эффективного делового общения в различных ситуациях, а также предотвращению психологического давления и манипулирова-

ния. Собственно управлению людьми, лидерству уделено немного места. Эти сведения могут помочь молодому сотруднику лучше понимать своего начальника.

Учебник предназначен для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, бакалавров и специалистов разных специальностей, чья профессиональная деятельность предполагает работу в коллективе любого размера и регулярное деловое общение с коллегами, клиентами и заказчиками. Он может быть полезен также магистрам и даже выпускникам для повышения квалификации. Усвоение курса возможно без специальной предварительной подготовки, только на базе общего среднего образования. Но оно будет более осмысленным и глубоким, если учащийся знаком с основами менеджмента и психологии. После освоения представленного материала учащиеся смогут более успешно изучать курсы, связанные с управлением и общением (менеджмент, педагогику и др.). Кроме того, материалы курса полезны при выполнении любых практических заданий, требующих общения, а также подготовки публичного доклада и презентации.

В результате изучения данного курса студент может овладеть следующими компетенциями:

знать

- психологические основы и общие закономерности человеческого общения;
- особенности, структуру и функции делового общения;
- структуру трудового коллектива и психологические особенности взаимодействия людей в нем, условия совместимости и срабатываемости людей;
- причины возникновения конфликтов, их функции, этапы развития и способы управления ими;
- основные формы и правила эффективного делового общения;
- основные формы психологического воздействия, признаки манипулирования в деловом общении и меры по его нейтрализации;

уметь

- анализировать внешность и поведение людей для создания правильного впечатления о них, а также осознанно сформировать свой внешний вид и поведение для того, чтобы произвести хорошее впечатление на партнеров по общению;

- выбирать тактику поведения при деловом общении с партнерами разного пола и возраста, сотрудниками, начальниками, клиентами и др. для организации эффективного взаимодействия и избегания неконструктивных конфликтов;

- при возникновении любого конфликта выбрать тактику поведения, не разрушающую совместную деятельность и отношения между людьми;

- использовать правила организации разных форм формального и неформального делового общения;

- определять признаки манипулирования и противодействовать ему;

владеть

- правилами поведения в деловом коллективе;
- приемами предупреждения конфликтов и разрешения их;
- этикетом делового общения в различных формальных и неформальных ситуациях, в том числе при виртуальном общении;

- стратегиями речевого поведения и ведения деловых бесед;
- правилами ведения переговоров, в том числе с учетом возможного психологического воздействия и противодействия ему;

- приемами анализа невербальных форм поведения для определения эмоционального состояния партнера по общению.

Структура курса подчинена задачам формирования указанных компетенций. В начале приводятся основные психологические принципы, структура и особенности делового общения (гл. 1 и 2). Затем рассматриваются психологическая структура коллектива и поведение человека в нем (гл. 3). Особо уделено внимание психологической совместимости, срабатываемости, а также разным разновидностям конфликтов и способам управления ими (гл. 4).

Весьма обширная гл. 5 знакомит учащихся с этикетом делового общения, многочисленными формальными и неформальными правилами, которые помогают не только организовать эффективное деловое общение с разным числом участников, но и избегать неприятных ситуаций и наладить взаимопонимание в различных ситуациях: на переговорах, очных и виртуальных совещаниях, официальных приемах, при публичных выступлениях и др. Следующая гл. 6 посвящена психологическому влиянию и манипулированию, которые часто встречаются в деловом общении как внутри организации, так и при внешних переговорах. Описаны основные

манипуляционные технологии, способы их выявления и противодействия им.

В Приложении 1 учащиеся могут познакомиться с невербальными признаками, которые могут позволить внимательному наблюдателю составить представление об эмоциональном состоянии человека и прогнозировать его возможное поведение.

Приложение 2 содержит несколько простых психологических тестов, которые могут быть использованы учащимися для выявления особенностей (и недостатков) своего собственного стиля делового общения. Кроме того, знакомство с тестами и процедурой тестирования может помочь студенту подготовиться к будущим собеседованиям при приеме на работу.

Наконец, Приложение 3 поможет проконтролировать полученные знания.

Введение

О ЧЕМ ЭТА КНИГА

(Зачем менеджеру психология?)

В настоящее время большинство людей работает в составе организаций. В сфере экономики вся работа любой организации построена на стремлении к достижению конкретных целей — прежде всего прибыли. Однако детальные исследования опыта и теории управления показали, что получение максимальной прибыли возможно лишь при совпадении интересов и целей фирмы с интересами исполнителей — рабочих и служащих. В связи с этим возрастает внимание к человеческому фактору в области экономики и управления.

Вряд ли кто-нибудь будет оспаривать то, что человек сложнее любого технического устройства. Если, принимая решение, связанное с техникой, человек обычно опирается на достаточно четкие и достоверные знания о законах ее функционирования, то знания такого же рода (пусть и не столь твердые) оказываются необходимы и в отношении человеческой личности. Поэтому так важен научный подход к описанию личности. Наука, в рамках которой он разрабатывается, называется *психологией*.

По мнению многих специалистов в области управления, игнорировать его психологическую составляющую нельзя, нередко это губительно для управляемой организации и для карьеры самого руководителя. Управление по своей сути — психологический процесс, включающий в себя сбор данных, размышление над ними и задачами коммуникации, принятие решения и реализация его с помощью других людей. Все это протекает на эмоциональном фоне, хотя и не всегда явно выраженном. Остальное в управлении — производное от этого процесса, его продукт.

Знание особенностей собственной психики и умение анализировать поведение другого человека необходимы менеджеру. Они создают условия для того, чтобы в нужный момент можно было сосредоточиться и найти оптимальные способы действий, понимать не только то, что делать, но и как.

Из общей психологии выделилась самостоятельная область — **управленческая (организационная) психология**, изучающая организационную деятельность людей, объединенных в одну организацию, где есть общие цель, правила и нормы. Объект управленческой психологии — проявления психологических особенностей людей и отношения между ними в организации, в процессе деятельности, ориентированной на корпоративно-полезные цели.

Этот учебник предназначен для тех, кто готовится начать (или недавно начал) свою работу в организации. Молодые сотрудники начинают обычно с невысоких должностей, и им не приходится руководить другими людьми. Наиболее актуальными являются для них знания, помогающие войти в коллектив, быстро адаптироваться и занять в нем соответствующее место, избегая конфликтов, а если конфликт возник — достойно из него выйти. Кроме того, исполнение своих обязанностей может потребовать от молодого сотрудника общения с клиентами и партнерами (лично, по телефону или письменно), участия в организации и проведении переговоров и других корпоративных мероприятий.

В настоящем пособии представлены сведения по психологии человека, которые могут быть полезны молодому сотруднику, начинающему свою работу в организации. Часто психолог из отдела по управлению персоналом бывает первым представителем фирмы, с которым встречается будущий сотрудник на собеседовании при приеме на работу. Именно он читает резюме претендента, проводит беседу и иногда психологическое тестирование. Для подготовки к собеседованию особенно полезны: глава 1, конец раздела 5.8, приложение 2.

Молодому сотруднику необходимо войти в новый коллектив, адаптироваться в нем, наладить хорошие отношения с коллегами и руководством. Глава 2 поможет узнать, как протекает процесс общения в целом и научиться эффективно слушать. Глава 3 подскажет молодому сотруднику, как разобраться в жизни коллектива в целом и отдельных его членов, научит лучше понимать зако-

номерности поведения коллег и руководителей. Изучение главы 4 даст возможность молодому человеку достойно представить себя в новом коллективе и найти правильную линию поведения в сложных ситуациях, в конфликтах, неизбежных для каждого коллектива. Правила, которые необходимо знать при деловом общении в различных условиях: на официальных мероприятиях, устно, письменно, по телефону, а также при подготовке условий для деловых встреч, — изложены в главе 5.

Далеко не всегда партнеры по деловому общению ведут себя открыто и честно. Многие считают допустимыми и даже полезными психологическое давление и манипулирование. Глава 6 дает сведения, которые позволят вовремя распознать манипулятора и противостоять его действиям.

Изучив приложение 1, можно овладеть навыками, полезными как в деловой, так и в обыденной жизни: наблюдения за поведением партнера по общению и понимания его эмоциональных состояний и намерений. Наконец, в приложении 3 собраны тесты, с помощью которых можно проверить полученные знания.

Глава 1

ЧТО ТАКОЕ «ПСИХОЛОГИЯ»

1.1. Предмет психологии

Для всякой науки важно точное определение ее предмета. Понимание предмета психологии неоднократно изменялось за время ее длительной истории, и до сих пор он дискуссионен. *Психология* — это наука о закономерностях развития и функционирования психики как особой формы жизнедеятельности. Точнее — объективная наука о субъективных психических явлениях. Психика имеет две основные функции: отражение — построение образа мира и регуляция поведения на основе этого образа.

В психике представлены и упорядочены события прошлого, настоящего и возможного будущего. Настоящее дано в совокупности образов, переживаний, умственных актов; прошлое — в результатах опыта, закрепленных памятью; возможное будущее — в побуждениях, намерениях, целях, в воображении и фантазиях.

1.2. Основные методы психологических исследований

Поскольку психология как наука имеет свой предмет и специфические проблемы, в ней выработаны и специальные методы исследования.

Наблюдение — организованная и спланированная процедура фиксации поведения объекта наблюдения, выдвижение и проверка гипотез о причинах и механизмах тех или иных его форм. Этот метод используется не только изолированно, но, как правило, дополняет все остальные методы, особенно эксперимен-

тальные. Частный вид наблюдения — *самонаблюдение*. Пользуясь им, человек описывает и анализирует свое поведение, ощущения, чувства, мысли и т. п.

Эксперимент — создание специальных условий деятельности человека (испытуемого), в которых выявляется тот или иной психологический факт. В *лабораторном эксперименте*, психические явления изучают в специальных условиях, с использованием соответствующей аппаратуры, испытуемый действует по четкой инструкции. Планируя такой эксперимент, исследователь стремится как можно точнее указать факторы, влияние которых на испытуемого будут тщательно проследиваться, а также описать возможные реакции испытуемого. Воздействие побочных и случайных факторов стараются свести к минимуму. **Естественный эксперимент** проходит в обычных условиях труда, учебы, общения, и испытуемые могут не знать, что их поведение — объект исследования и что ситуация частично перестроена экспериментатором.

Для планирования экспериментов и обработки результатов используются специальные математические методы.

Метод тестов — строго регламентированное испытание для выявления каких-либо психических качеств человека. **Психологический тест** — стандартизированное, одинаковое для всех испытуемых задание, стимулирующее определенную форму деятельности и выполняемое за ограниченное время. Процедура проведения теста называется **тестированием**. Любой психологический тест основан на предположении, что реакция человека в тестовой ситуации однозначно следует из наличия или отсутствия (а точнее — степени выраженности) у него того или иного свойства психической деятельности или личностного качества. Результаты теста выражаются, как правило, количественно и требуют дальнейшей интерпретации.

В зависимости от того, какая сфера психической жизни изучается тестами, их делят на **тесты интеллекта и способностей, личностные тесты, или отдельных психических функций**. (Несколько психологических тестов приведены в Приложении 2).

(Весьма распространены **тесты достижений**, которые представляют собой разновидность экзаменов, в которых проверяются знания по какому-либо учебному предмету. Эти тесты относятся к педагогике, а не к психологии. Такие тесты имеются в Приложении 3.)

Обычно при тестировании человеку предлагается выбрать ответ из нескольких возможных. Бывают вопросы, имеющие однозначный ответ (загадки, головоломки и т. п.), они используются для тестирования интеллекта. Для тестирования свойств личности составляются вопросы, на которые однозначного правильного ответа не существует, поскольку они касаются не объективных фактов, а *субъективного* восприятия человеком себя и окружающего мира. Например, такой вопрос, как «Хорошая ли у вас память?», на самом деле касается именно субъективного понимания. Речь идет не о результатах медицинской проверки памяти, а о том, насколько хорошей человек *считает* свою память.

В настоящее время широко распространена компьютеризация тестов интеллекта и личностных опросников. Предъявление заданий или вопросов и получение ответов с помощью компьютера действительно удобно. Однако специальные исследования показали, что часто люди отвечают за компьютером не совсем так, как сделали бы это на бумаге. Компьютерный вариант любого теста требует отдельной проверки, которая, как правило, не проводится. Поэтому интерпретация результатов компьютерного тестирования требует особого внимания и тщательности. «Перепоручать» эту процедуру компьютеру недопустимо. Его можно использовать только как справочник, но выводы должен делать человек.

Совершенно иначе выглядят *проективные* методики исследования личности. Такие тесты, как правило, достаточно сложны в интерпретации. Их теоретическая основа — предположение, что субъект, оказавшийся в какой-либо ситуации, в своем восприятии преобразует ее сообразно своей индивидуальности. Поэтому в каком-либо тестовом действии человека (рисунке, рассказе и т. п.) как бы отражается («проецируется») вся его личность.

В разных тестах людям предлагают интерпретировать различные рисунки, рисовать самим разные заданные или свободные сюжеты, продолжать тексты, упорядочивать фигуры или цвета и т. п. Время выполнения такого теста обычно ограничено не строго, оно должно только укладываться в «разумные пределы». Результатом выполнения проективного теста обычно бывает некоторый текст или рисунок. Его интерпретация выполняется по правилам, но не столь строгим, как в тестах-опросниках. Обычно это весьма сложная процедура, требующая не только знаний, но и опыта.

В арсенале психологии (в основном, ее особого раздела — психодиагностики) имеются сотни тестов, прошедших всестороннюю проверку, но, тем не менее, их результаты нельзя абсолютизировать и рассматривать как истину в последней инстанции.

1.3. Структура и источники психологических знаний

Тот, кто изучает психологию профессионально или для использования ее в другой профессиональной сфере, получает знания, в основном, из специальной литературы. Но особенность психологии состоит в том, что это — далеко не единственный источник психологических знаний.

Каждый человек в процессе общения с другими людьми, приобретает некоторый опыт житейской психологии. У него в течение жизни может накопиться большой запас житейской психологической мудрости. Такие знания конкретны, практичны и достаточно просты, но они всегда фрагментарны и не полностью осознаны, область их применения ограничена, поскольку ограничен любой, даже самый богатый жизненный опыт отдельного человека.

Источником психологических знаний могут быть произведения искусства. Писатели, художники и актеры достигали больших высот в описании и изображении внутреннего мира и поведения людей. Знания, которые можно почерпнуть из произведений искусства, образны, эмоциональны и конкретны. Но они несистематичны и субъективны, поскольку отражают взгляды на мир конкретного человека, пусть даже и гениального.

В последнее время многие профессиональные психологи допускают использование опыта так называемой «эзотерической» (скрытой, тайной) психологии или парапсихологии. В рамках этого направления делаются попытки изучения таких явлений как телепатия, ясновидение, телекинез и т. п. Независимо от конечного результата эти эксперименты могут дополнить сведения о психическом мире человека.

Таким образом, источники психологических знаний не ограничиваются академическими курсами. Знания, почерпнутые из житейского опыта и произведений искусства, могут быть весьма

полезны. Но для того чтобы свободно применять психологические знания в разных областях (экономике, технике, педагогике, медицине, торговле и т. д.) необходимо изучение психологии как науки. Только систематические научные знания могут быть полезны в самых разных, даже далеких от личного опыта, ситуациях для понимания себя и других людей.

1.4. Зачем нужны психология и психологи

Если психологические знания можно получить из повседневного опыта и из произведений искусства, то зачем нужно изучать психологию и зачем нужны психологи в учреждениях, на предприятиях, в школах, в армии и т. п.?

В отличие от некоторых других наук психологические знания необходимы каждому, кто чувствует серьезную ответственность за себя, других людей и свое дело. Здесь у психологии есть сходство с медициной. Далеко не каждый врач — профессионал, но оказать самому себе или близким людям первую помощь иногда просто необходимо. Так же важно понимать, что может происходить во внутреннем мире или в психике окружающих. В частности, не зная свои «слабые» места, очень легко попасть в примитивные ловушки, расставляемые обстоятельствами или людьми. Не зная особенностей личности друзей или даже супруга, можно оказаться в недоумении от их поведения. Кроме того, знание особенностей личности позволяет более правильно выбрать профессию и найти свое место в рабочем коллективе. Таким образом, ориентация на эффективное взаимодействие с другими людьми и с самим собой на основании психологических знаний может помочь избежать многих деловых и личных неудач, а значит — является одним из главных условий психологической безопасности.

Кроме того, в современной жизни, особенно при управлении людьми или сложной техникой, собственные психологические качества, такие как внимание, память, общительность, особенности мотивации и процесса принятия решения, являются не просто личными чертами, а специфическими «инструментами», с помощью которых человек достигает своих целей.

Осознав необходимость психологических знаний, человек может обратиться к профессиональному психологу. Хороший психолог может помочь разобраться во многих ситуациях личного и делового характера, что-то подсказать. Его советы могут быть неожиданными и очень простыми, но такими, к которым сам человек почему-либо не пришел. Психолог может помочь ему избавиться от каких-либо мешающих качеств и приобрести новые, полезные. Но психолог — именно помощник, а не «универсальный решатель проблем». Думать самостоятельно, общаться с людьми, принимать решения и отвечать за них каждый должен сам.

Глава 2

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

2.1. Общие принципы психологии общения. Процесс общения. Образы партнеров

Деловое общение — один из видов общения вообще. Кратко рассмотрим основные психологические закономерности общения.

Общение — взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене информацией познавательного или аффективно-оценочного (эмоционального) характера. При общении происходит воздействие на поведение, состояние и установки партнера. Это воздействие всегда взаимно, хотя может быть и не равномерным, то есть один из партнеров может влиять на другого относительно сильнее. Обычно общение включено в практическую совместную деятельность людей — труд, обучение, игру и т. п. Однако процесс общения может выделиться в отдельную деятельность в том случае, когда удовлетворяет особую потребность человека в контакте и взаимопонимании с другими людьми. Такое описание общения еще недостаточно, так как касается только внешней, наблюдаемой его стороны.

Функции общения не сводятся только к передаче информации. Кроме **информационной**, существуют функции:

- **контактная** — установление связей между людьми (в деловой жизни личные связи с коллегами и партнерами обычно очень важны и высоко ценятся);
- **установления отношений** — осознание и фиксация своего места в системе ролевых, статусных, деловых и других связей в коллективе и в обществе;

- **побудительная** — стимуляция активности других людей (сотрудников, партнеров) для совместной деятельности;
- **координационная** — согласование действий при организации совместной деятельности;
- **понимание** — адекватное взаимное восприятие и понимание смысла сообщений, а также намерений, установок, переживаний, психических состояний других людей и т. п.;
- **эмотивная** — возбуждение в партнере необходимых эмоциональных переживаний, а также изменение с его помощью своих переживаний и состояний;
- **управления** — изменение состояния и поведения других людей, в том числе их намерений, установок, мнений, решений, представлений, мотиваций.

Общение как обмен информацией реализуется с учетом отношений между людьми, их установок, целей и намерений. Это приводит к движению информации, уточнению, обогащению знаний, сведений и мнений, которыми обмениваются люди.

В **состав** любого акта общения входят:

- **субъект** общения — активный человек, определяющий тему и развитие процесса общения;
- **объект** общения — пассивный слушатель, при равноправном диалоге он отсутствует;
- **предмет** общения — информация, которая передается или обсуждается в процессе общения;
- **потребность** в общении — стремление человека к познанию и оценке окружающего мира и других людей, а через них и с их помощью — к самопознанию и самооценке;
- **мотивы** общения — то, ради чего предпринимается общение (у разных участников они могут быть как одинаковыми, так и различными);
- **задача** общения — та цель, на достижение которой направлены различные действия в процессе общения, особенно важна в деловом общении, но также как мотивы, у разных участников она может быть такой же или отличаться;
- **средства** и действия общения — единицы коммуникативной активности — реплики, жесты, письма, адресованные другому человеку;
- **продукт** общения — материальный, информационный или духовный итог общения.

Общение осуществляется с помощью разнообразных средств. Главным из них является речь — собственно слова и просодия (голос, интонация, паузы, смех, плач, темп речи). Кроме того, в общении участвуют визуальные средства — жесты, мимика (о них написано в Приложении 1). Определенную роль играют и пространственно-временные средства общения — дистанция, время, место, ситуация и т. п.

Чтобы понять, что представляет собой общение с психологической точки зрения, обратимся к рис. 1. На нем схематически изображены «персонажи», участвующие в общении. В нижнем ряду находятся физически существующие люди: А и Б. Для внешнего наблюдателя именно они — партнеры в общении, они обмениваются репликами, жестами, мимическими знаками. Но можно ли утверждать, что общение психологически этим ограничивается? Над прерывистой линией расположены «виртуальные персонажи» — образы, существующие в головах реальных А и Б. Во втором снизу ряду — «Я»-образы, то есть персонажи такие, какими они сами себя представляют: «А—А» находится в голове А, «Б—Б» находится в голове Б. Эти «Я»-образы имеют некоторое сходство с реально существующими людьми, но не совпадают с ними полностью. Однако и это еще не все. У каждого из персонажей есть образ своего партнера «Ты»-образ. Эти образы показаны в третьем снизу ряду. «Б—А» — это образ Б в представлении А, «А—Б» — это образ А в представлении Б. «Ты»-образ имеет сходство с реальным партнером, но каждый вносит в него и что-то от себя. При общении человек из своего «Я»-образа обращается к своему «Ты»-образу партнера, слышит это обращение «Я»-образ партнера и тоже отвечает, используя имеющийся у него «Ты»-образ. Иначе говоря, внешне ведут диалог реальные люди А и Б, но психологически «А—А» обращается к «Б—А», получает это сообщение «Б—Б» и ответ направляет к «А—Б».

Кроме этих участвующих в диалоге реальных и «виртуальных» персонажей, есть еще и «незримый третий» объективный внешний фактор — социальная норма, или мнение авторитета (на рисунке — вверху). Его присутствие отражается, например, в таких репликах: «Я делаю (или думаю) как все нормальные люди», «Это же так естественно, а ты...». Каждый из участников общения считает себя уникальной личностью, отличающейся от всех, но все-таки постоянно сверяет свое и чужое поведение с социальной нормой. Поэтому важнейшие условия успешности

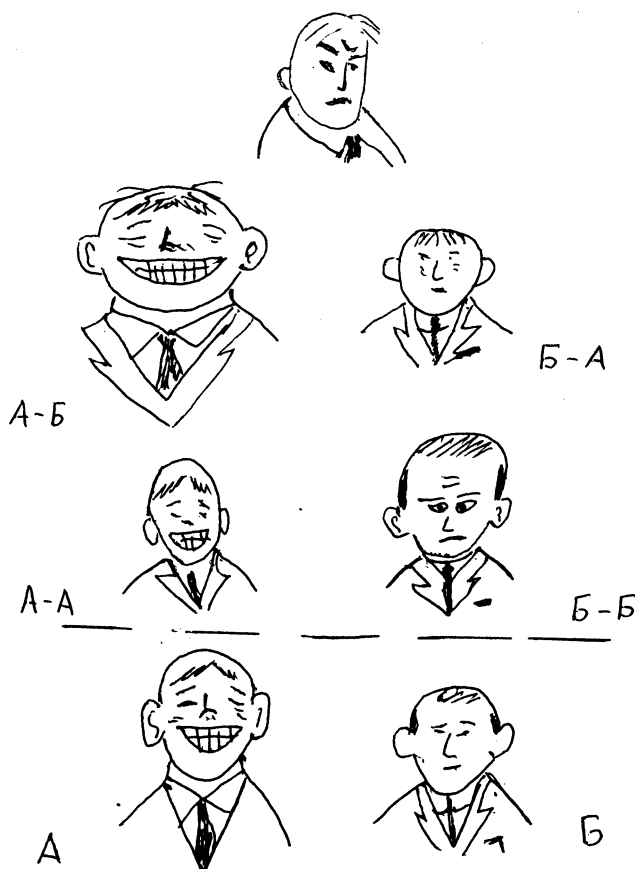


Рис. 1. Схема взаимного восприятия партнеров по общению. В нижнем ряду — А, Б — реальные участники общения; выше — виртуальные образы: А—А, Б—Б — «Я-концепции», А—Б, Б—А — образы партнера,верху — социальная норма

межличностного общения — сходное представление о социальных нормах.

Представление о другом человеке и о себе связаны. Чем выше уровень самосознания человека, тем более адекватны его представления и о себе, и о другом. Каждый из участников общения не только оценивает другого, но и стремится понять смысл и причины его поведения. Не обязательно знать истинные причины поведения, люди приписывают их друг другу. Приписывание происходит на основе сходства поведения с ка-

ким-то другим его проявлением, имевшимся в прошлом опыте, либо на основе собственных мотивов в аналогичной ситуации. (Характерные высказывания: «Знаем мы таких...» или «Я бы на его месте...».) Приписывание возникает в условиях дефицита информации. Выделяют три его вида:

- личностное — причина приписывается лично совершающему поступок (например, опоздание объясняется тем, что человек вообще не умеет планировать свое время);
- объектное — причина приписывается тому объекту, в отношении которого совершается действие (то же опоздание можно объяснить тем, что встреча была назначена на неудобное время, с человеком не посоветовались, так что виноват тот, кому пришлось ждать);
- обстоятельственное — причина приписывается каким-либо обстоятельствам (опоздание объясняется погодой, транспортом и т. п.).

Установлено несколько психологических закономерностей, которые влияют на восприятие людьми самих себя и друг друга. Эти эффекты социального восприятия проявляются не всегда, но достаточно часто, поэтому их нужно учитывать, прогнозируя поведение людей:

- **эффект Барнума** (циркового фокусника) — склонность людей верить описаниям или общим оценкам своей личности, если они хотя бы немного правдоподобны и преподносятся в научной, магической или ритуальной формах (одна из причин интереса к гороскопам и влиятельности разнообразных гадалок и магов);
- **эффект бумеранга** — какая-либо информация вызывает у аудитории или у отдельных лиц реакцию, обратную ожидаемой. Это может происходить из-за того, что они не доверяют источнику информации или сама информация не соответствует изменившимся условиям;
- **эффект стереотипизации** — тенденция формировать некий устойчивый образ какого-либо явления или человека. Этот эффект действует, когда имеется ограниченная информация об объекте или ситуации;
- **эффект ореола** — распространение общего оценочного впечатления о человеке на восприятие его поступков и личностных качеств. Информация, получаемая о нем, накладывается на тот его образ, который был уже создан ранее и