

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Санкт-Петербургский горный университет

Кафедра социологии и психологии

КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ

*Методические указания к практическим занятиям
для студентов бакалавриата направления 27.03.01*

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2021

УДК 159.923 (073)

КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ: Методические указания к практическим занятиям/ Санкт-Петербургский горный университет. Сост. *С.И. Сорокин*. СПб, 2021. 38 с.

Методические указания разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта Российской Федерации для высших учебных заведений технического профиля по дисциплине «Культура общения» по направлению подготовки 27.03.01 «Стандартизация и метрология», профиль подготовки «Метрология и метрологическое обеспечение».

При изложении методических указаний был учтен опыт преподавания культуры общения в Санкт-Петербургском горном университете и других ведущих технических вузах России.

Методические указания включают планы семинарских занятий и методические рекомендации к ним, библиографический список и глоссарий.

Научный редактор доц. *Н.А.Вахнин*

Рецензент доц. *Л.Г. Татьяна* (Университет при МПА ЕврАзЭС)

ВВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины «Культура общения» - сформировать у студентов базовые навыки в области универсальной культуры общения на основе социально-психологических и морально-этических знаний с учетом конкретных практических задач, стоящих перед будущими руководителями, формирование нового стереотипа поведения, обучение культуре общения в современных условиях.

Основные задачи дисциплины: изучение важнейших понятий культуры общения как междисциплинарной отрасли знаний; формирование представлений о психологической и речевой культуре общения в различных сферах жизни; практическое освоение навыков поведения, основанного на знании психологических особенностей людей, общей и речевой культуры; формирование способности и закрепление навыков ведения делового спора, дискуссии и полемики, овладение искусством публичного выступления и ведения деловых переговоров; мотивирование к самостоятельному повышению уровня коммуникативной компетенции.

В результате изучения дисциплины «Культура общения» студент должен:

Знать: базовые нормы и ценности культуры межличностного и социально-ориентированного поведения в общении; правила установления деловых коммуникаций в профессиональной сфере; основные стилистические особенности, характерные для сферы профессиональной коммуникации.

Уметь: находить рациональные организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях; эффективно участвовать в профессиональных дискуссиях; вести переговоры с учетом правил межличностного профессионального поведения.

Владеть: приемами и навыками вербального и невербального коммуницирования, элементарными приемами психологической защиты в стрессовых ситуациях; простейшими приемами оценки социально-психологических ситуаций в коллективе.

Предлагаемые методические указания предназначены для студентов бакалавриата направления подготовки 27.03.01 «Стандартизация и метрология», профиль подготовки «Метрология и метрологическое обеспечение».

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К НИМ

СЕМИНАР №1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ (2 ЧАСА)

Методические рекомендации. Общение – необходимая составляющая человеческой жизни, важнейший вид отношений, сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека. Обычно общение включено в практическое взаимодействие людей: совместный труд, учение, коллективную игру и т.п.

Человеческое общение имеет самую совершенную форму, так как оно осознанно и опосредованно речью. В общении выделяются следующие аспекты: содержание, цель, средства. Содержание общения составляет информация, передаваемая в межличностных контактах от одного к другому: о конкретных потребностях; о тех или иных эмоциональных состояниях, цель передачи которых попытка настроить другого человека на контакт и участие; о состоянии окружающей среды, в том числе сигналах об опасности, наличии предметов удовлетворения потребностей и т.п. Обмен информацией служит средством межличностной настройки. Цели общения: побудительная причина возникновения потребностей в общении; побуждение другого к совершению определенных действий либо воздержанию от них; получение и передача знаний о мире; потребность в воспитании и обучении;

установление и выяснение взаимоотношений. У человека количество целей общения увеличивается.

Не менее существенны отличия средств общения. Средства общения – это способы кодирования, переработки и расшифровки передаваемой в процессе общения информации. Информация извне поступает через органы чувств: зрение, слух, обоняние, вкус, кожу. Кодирование информации – способ передачи от одного живого существа к другому. Кодирование конкретной информации предусматривает способы передачи, основанные на применении: вербальной и моторно-двигательной знаковых систем; форм письменности (текстов, рисунков, схем); технических средств, видео- и аудиозаписей. Охарактеризовать структуру общения можно выделением трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, перцептивной, интерактивной.

Коммуникативная сторона общения состоит в производстве, трансляции и обмене информацией при использовании вербальных и невербальных средств общения. Коммуникативное общение всегда несет в себе какую-либо информацию, но сам коммуникативный процесс не сводится только к обмену информацией между людьми – от коммуникатора (человека передающего информацию) к реципиенту (человеку принимающему информацию), коммуникативный процесс представляет собой очень сложный динамичный процесс, в который обязательно включаются наши чувства, эмоции, переживания. В процессе человеческого общения могут возникать коммуникативные барьеры, основанные на социальных и психологических, политических, профессиональных и иных различиях. Самое простое деление средств коммуникации на вербальные и невербальные, использующие разные знаковые системы. Вербальная коммуникация – это общение с помощью языка. В качестве знаковой системы используется человеческая речь. Модель вербального коммуникативного процесса включает 5 элементов: КТО? (передает сообщение); ЧТО? (передается); КАК? (осуществляется передача); КОМУ?; С КАКИМ ЭФФЕКТОМ? Невербальная коммуникация – система знаков, сопровождающая речевое высказывание. Невербальные знаки делятся на четыре группы: экстра- и паралингвистические (различные околоречевые

добавки); оптико-кинетические (мимика, жесты, пантомимика); проксемика (организация пространства и времени коммуникативного процесса); визуальный контакт (контакт глаз).

Перцептивная сторона общения – это процесс восприятия друг друга партнерами по общению. В ходе общения возникают определенные образы восприятия друг друга. Вступая в общение, мы бессознательно несем образ себя и хотим «навязать» его партнеру по общению, иногда образы, которые мы несем, и восприятие нас другими не совпадают, в результате может возникнуть неудовлетворенность процессом общения. Основными механизмами осознания себя через другого человека являются: процесс идентификации и рефлексии. В психологии эмоциональное восприятие людьми друг друга характеризуется такими понятиями как межличностная аттракция и эмпатия. Межличностная аттракция – процесс предпочтения одних людей, другим, взаимное притяжение между людьми, взаимная симпатия. Эта эмоциональная оценка имеет весьма устойчивую природу и рассматривается как один из ключевых факторов человеческих отношений. Эмпатия – это умение сопереживать другому человеку, способность сочувствовать, понимать состояние других людей, это эмоциональный отклик на проблемы другого человека.

Интерактивная сторона общения – это сторона общения, заключающаяся в организации взаимодействия между людьми. Речь идет об организации межличностного взаимодействия, позволяющего в процессе общения реализовать некоторую общую для них деятельность. В своем общении мы постоянно реагируем на действия партнера. В зависимости от ситуации действия партнеров могут быть различными. Основной возможный способ понимания той или иной ситуации общения – восприятие положения партнеров и их отношения друг к другу. Основные действия в общении направлены на изменение своей или чужой позиции.

Любые контакты, включая служебные, строятся на партнерских началах, исходят из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса. По характеру

взаимодействия выделяют кооперативный и конкурентный процессы. Первый – означает процесс взаимодействия, который направлен на объединение и согласование общих усилий. Второй – означает процесс взаимодействия, который носит конкурентный, конфликтный характер, где активность партнеров направлена на ослабление позиций другого.

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Понятие и социальное значение культуры общения.
2. Основные элементы процесса коммуникации в общении и его универсальные модели.
3. Эффекты восприятия в процессе общения.
4. Общение как взаимодействие: содержание, стратегии и формы.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Роль и значение культуры общения в становлении личности.
2. Общение как прагматическая необходимость и самоцель.
3. Общение как коммуникация. Причины плохой коммуникации.
4. Общение как восприятие: идентификация, эмпатия, рефлексия.
5. Стереотипы и установки при восприятии партнерами друг друга.
6. Формы межличностного взаимодействия в общении.
7. Социальное влияние в общении: суггестия, конформизм и нонконформизм.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что вы понимаете под культурой общения?

2. Перечислите основные этапы процесса общения?
3. О каких видах общения идет речь в профессиональной деятельности человека?
4. Какие стороны и грани общения можно выделить?
5. Какие методы влияния и воздействия в процессе общения вы знаете?
6. Какие вербальные компоненты общения вам известны?
7. Какие сигналы в процессе общения партнеров принято называть невербальными?
8. Дайте развернутое определение понятия стратегии общения.
9. Перечислите факторы, затрудняющие адекватное восприятие в общении.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабаева А.В., Мамина Р.И.* Культура общения и деловой этикет/ Р.И. Мамина. – СПб.: Петрополис, 2018.
2. *Бороздина Г.В.* Культура и психология общения/ Г.В. Бороздина. – М.: ИНФРА, 2019.
3. *Вердербер Р., Вердербер К.* Психология общения. Полный курс/ Р. Вердербер. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2017.
4. *Докучаев И.И.* Введение в историю общения/ И.И. Докучаев. – Владивосток: Дальнаука, 2018.
5. *Измайлова М.А.* Культура общения. Учебное пособие/ М.А. Измайлова. – М.: Юрайт, 2016.
6. *Пиз А., Гарнер А.* Язык разговора/ А. Пиз. – М.: Эксмо, 2019.
7. *Экман П.* Психология лжи. Обмани меня, если сможешь/ П. Экман. – СПб.: Питер, 2018.
8. *Экман П., Фризен У.* Узнай лжеца по выражению лица/ П. Экман – СПб.: Питер, 2019.
9. *Экман П.* Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд./ П. Экман. – СПб.: Питер, 2018.
10. *Хансейкер Ф.* Тренинг общения для менеджеров/ Ф. Хансейкер. – М.: Вильямс, 2017.

СЕМИНАР № 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ КОЛЛЕКТИВЕ (4 ЧАСА)

Методические рекомендации. Практически любой акт общения может быть представлен как ролевое поведение. Роли являются исходными и определяющими элементами социального опыта личности, поскольку в них наиболее полно программируется тот или иной шаблон социального общения. Роль – способ поведения, задаваемый обществом. Она складывается из двух переменных: базовых психологических установок нашего «Я» и ожиданий других людей. В течение одного дня человек может «играть» несколько ролей: руководителя, коллеги, подчиненного, партнера по переговорам и т.д. В ситуации конструктивного, созидательного общения ролевое поведение личности в наибольшей степени обуславливается статусно-ролевыми предписаниями. В ролевом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так же те или иные шаги, действия диктуются исполняемой ролью. В процессе такого общения человек проявляет себя уже не как индивидуальность, а как некоторая социальная единица, выполняющая определенные функции. Роли могут быть разделены на: целевые и поддерживающие. Целевые роли обеспечивают возможность отбора групповых задач и их исполнение. Примерами целевых ролей могут быть роли, связанные с поиском, сбором и предоставлением информации, высказыванием мнений, проработкой целевых установок, координированием, обобщением. Поддерживающие роли активизируют и поддерживают жизнедеятельность группы. В качестве примеров поддерживающих ролей могут выступать роли, связанные с поощрением, похвалой, обеспечением участия, установлением критериев и норм поведения, исполнением, выражением чувств и эмоций группы. Многочисленные психологические исследования позволили выявить факторы, обеспечивающие любому человеку хорошее психологическое самочувствие в процессе общения. Кратко результаты этих исследований можно сформулировать так: если вы хотите, чтобы у вашего собеседника (партнера или клиента) было

хорошее настроение, вам надо всего лишь: улыбаться; смотреть ему в глаза; сосредоточить на нем свое внимание; установить с ним положительный контакт с помощью мимики и жестов; говорить с той же скоростью и в том же голосовом регистре, что и ваш собеседник; положительно отзываться о личности собеседника, его позиции или показывать, что вы относитесь к нему с симпатией и уважаете его как человека, независимо от его возраста, пола и социального положения. Знание психологических аспектов культуры общения позволяет создать благоприятный психологический климат в коллективе, производить хорошее впечатление, успешно защищаться от некорректных собеседников и партнеров, правильно формулировать вопросы, уметь убеждать и опровергать доводы оппонентов, а также использовать технику бесконфликтного общения с собеседниками различных психологических типов. Психологические составляющие в общении играют первостепенную роль. Благодаря психологической компетенции мы добиваемся успеха в построении конструктивного диалога, в установлении прочных деловых и дружеских отношений. Знание своих собственных психологических особенностей и особенностей других людей помогает избегать или значительно смягчать потенциально конфликтные ситуации, возникающие в процессе человеческого общения.

Социально-ролевой аспект «предъявления» себя собеседнику неотделим от понятия самопрезентации. Самопрезентация – «управление впечатлением», различные стратегии и тактики, которые использует человек, чтобы произвести определенное впечатление на окружающих; намеренное и осознанное поведение, направленное на создание определенного впечатления о себе у других людей. Очевидно, что самопрезентация напрямую связана с такими понятиями, как манипулятивное общение, демонстративное поведение и т.п. Индивид заинтересован в осуществлении контроля поведения других. А для этого необходимо подать себя таким образом, чтобы окружающие добровольно действовали в соответствии с его собственными планами. Смысл такого ролевого поведения сводится к созданию определенного впечатления о себе у партнера по взаимодействию.

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Психология восприятия и понимание партнера по общению.
2. Рольное поведение личности в общении: целевые и поддерживающие роли.
3. Психологические механизмы социальной перцепции: стереотипы, эмоции и чувства в общении.
4. Психологические характеристики личности и эффективность общения.

ЗАНЯТИЕ ВТОРОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Социально-психологические параметры коллектива.
2. Психологический климат в коллективе и групповая сплоченность.
3. Защитные механизмы личности в процессе общения.
4. Искусство подготовки и проведения производственных бесед и совещаний.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Перцептивная сторона культуры общения: основные механизмы восприятия и понимания партнеров.
2. Психологическое воздействие в общении: механизмы, средства, методы.
3. Психологические факторы, затрудняющие адекватное восприятие в общении.
4. Понятие роли как базовой психологической установки межличностного общения.
5. Рольные модели поведения в организационном общении.
6. Базовые характеристики поведения и общения уверенного в себе человека.
7. Культура организационного поведения.

8. Стереотипы и установки при восприятии партнера по общению.

9. Формы межличностного взаимодействия в группе.

10. Поведенческая техника менеджера в обеспечении эффективного общения в производственном коллективе.

11. Социально-психологический статус члена коллектива в культуре профессионального общения.

12. Основные факторы групповой сплоченности и механизмы ее формирования.

13. Понятие, сущность и основные характеристики психологического климата в коллективе. Оптимизация моделей общения.

14. Организационные и содержательные аспекты подготовки и проведения бесед и производственных совещаний.

15. Правила организации и проведения интервью и собеседований.

16. Психологические особенности ведения делового спора.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие психологические приемы помогают расположить к себе партнера по общению?

2. Дайте характеристику целевой и поддерживающей роли в общении.

3. Какие психологические характеристики включает в себя понятие «раппорт»?

4. Что такое состояние «пейсинга» и как оно влияет на эффективность межличностного общения?

5. Что подразумевается под умением слушать партнера? Какие виды слушания вам известны?

6. Перечислите существующие техники активного слушания.

7. Сформулируйте основные правила эмпатического и активного слушания.

8. Какова роль психологической установки в отношении к собеседнику?

9. Перечислите основные стратегии и правила ведения диалога.
10. Что в психологии общения понимается под «контактом масок»?
11. Перечислите основные показатели, подтверждающие взаимные ролевые ожидания партнеров по общению.
12. Наличие каких факторов общения указывает на высокую групповую сплоченность?

ЛИТЕРАТУРА

1. *Айви А.* Лицом к лицу: Практическое пособие для освоения приемов и навыков общения/ А. Айви. – Новосибирск: ЭКОР, 2018.
2. *Барышева А.Д., Лысякова М.А., Шередер Н.Г.* Этика и психология общения/ А.Д. Барышева. – М.: Юрайт, 2017.
3. *Зарайский Д.А.* Управление чужим поведением. Технология личного психологического влияния/ Д.А. Зарайский. – М.: Юрайт, 2018.
4. *Карнеги Д.* Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично/ Д. Карнеги. – М.: ИНФРА, 2019.
5. *Куницына В.Н., Казаринова Н.В.* Межличностное общение. Психология: Учебник/ В.Н. Куницына. – СПб.: Питер, 2016.
6. *Морозов А.В.* Психология влияния в общении/ А.В. Морозов. – СПб.: Питер, 2017.
7. *Панкратов А.Н.* Психотехнология управления людьми в коллективе/ А.Н. Панкратов. – М.: Эксмо, 2018.
8. *Панфилова А.П.* Коммуникация и взаимодействие в профессиональной деятельности: Учебное пособие/ А.П. Панфилова. – М.: ЮНИТИ, 2017.
9. *Петровская Л.А.* Психологическая компетентность в общении/ Л.А. Петровская. – М.: Юрайт, 2019.
10. *Экман П.* Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд./ П. Экман. – СПб.: Питер, 2018.

СЕМИНАР № 3. РОЛЬ ЛИЧНОСТНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ В КУЛЬТУРЕ ОБЩЕНИЯ. СПОСОБЫ И МЕТОДЫ ПОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ ПАРТНЕРА (4 ЧАСА)

Методические рекомендации. В процессе межличностного общения происходит взаимодействие людей, отличающихся друг от друга эмоциональной сферой, волевыми качествами, интеллектуальными способностями и иными свойствами. Коммуникативные навыки являются важным условием общения. Личностные черты, формирующиеся у каждого из нас, и, прежде всего те из них, которые образуют склад нашего характера, определяют общий рисунок нашего поведения при общении с другими людьми. Выделяют такие качества личности, способствующие успешному общению, как знание и понимание психологии другого человека, наличие в интеллекте, эмоциональной и волевой сферах личности внимания, наблюдательности, памяти, интуиции, воображения. Несомненными факторами успешности общения выступают коммуникабельность и общительность. Чтобы произвести хорошее впечатление, необходимо помнить и соблюдать общепринятые правила поведения. Прежде всего, надо вести себя естественно. Лучший способ испортить впечатление о себе – вести себя напряженно и скованно. Но при этом исключается и повышенная раскованность и тем более фамильярность. Не следует напускать на себя вид очень серьезного, занятого важными делами человека. Окружающие очень быстро распознают эту фальшь поведения. Для создания благоприятного впечатления у окружающих необходимо постоянно выказывать искренний интерес к партнерам по общению, подчеркивать моменты общности, выражать одобрение, использовать комплименты, внимательно выслушивать собеседника.

Раскрытие психологических закономерностей восприятия и понимания человека человеком, специфика формирования феномена первого впечатления, социально-психологических эффектов и механизмов межличностного и межгруппового восприятия, изучение содержания социальных представлений и стереотипов, процессов массовой коммуникации подготовило базу

содержательного обращения к проблематике имиджа. Понятие «имидж» в русскоязычном общении получило распространение в двух основных значениях: как внешне наблюдаемый облик и как образ-представление-репутация. Имидж – категория, универсально применимая к любому объекту, становящемуся предметом социального познания: к человеку (персональный имидж), организации (корпоративный имидж), социальной позиции (имидж общественного деятеля), профессии (имидж предпринимателя), к торговой марке, к отдельным потребительским характеристикам материальных объектов и т.д. Имидж – многофакторный феномен, который формируется в соответствии с требованиями массовой коммуникации и в соответствии с тем, что окружающие считают важным, например, авторитет, профессионализм, успешность. Тема персонального имиджа, как важного фактора успеха, в личном и карьерном росте в настоящее время приобретает особую значимость. Это в полной мере относится и к корпоративному имиджу.

Сегодня имидж является необходимым атрибутом любых достижений. Он открывает путь к изучению механизмов самозффективности, к обеспечению условий, способствующих ощущению человека «автором» своих побед. Имидж – собирательный образ персоны, транслирующий вовне внутреннюю сущность человека. Он может быть спонтанным или искусственно выстроенным. Критерием эффективного имиджа является гармоничность как соответствие всего всему: духовного – материальному, содержания – форме, части – целому. Важным показателем удачного имиджа является максимальное проявление в образе уникальной личностной идентичности. Имидж есть технология достижения прагматических целей. Это ролевая игра, подчиненная определенным законам в процессе общения. Имидж выполняет ряд важнейших функций. В целом принято выделять две основных группы функций имиджа: ценностные и технологические. В первую группу входят личностно-возвышающая функция, функция комфортизации межличностных отношений и психотерапевтическая функция. Ко второй группе (технологической) относят функцию межличностной адаптации,

функцию организации внимания и функцию высвечивания лучших личностных качеств. Для практической реализации ценностных и технологических функций имиджа необходимо знание его психологических оснований, описываемое законом первого впечатления.

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Характеристика основных типов личности в общении.
2. Механизмы межличностного восприятия партнерами друг друга.
3. Экспресс-диагностика личностных качеств партнеров по общению.
4. Репрезентативные методы определения типа темперамента личности.

ЗАНЯТИЕ ВТОРОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Закон первого впечатления в формировании персонального имиджа.
2. Искусство формирования персонального и корпоративного имиджа.
3. Сущность и разновидности самопрезентации.
4. Успешность и карьера: способы достижения практических результатов в профессиональном общении.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Психологические типы личности К.Г. Юнга: понятие и классификация.
2. Особенности восприятия в процессе общения экстравертов и интровертов.
3. Типология конфликтных личностей в общении.

4. Природа и сущность визуального впечатления о личности в общении.

5. Понятие «имидж» и его характеристики.

6. Сущность, атрибуты и видовые характеристики персонального имиджа.

7. Функциональный, контекстный и сопоставительный подходы в классификации имиджа.

8. Ценностные и технологические функции имиджа.

9. Законы первого впечатления в формировании персонального имиджа.

10. Имидж как управляемый эффект первого впечатления.

11. Роль и значение факторов превосходства, привлекательности и отношения к нам в формировании персонального имиджа.

12. Характерные черты и особенности корпоративного имиджа.

13. Имидж организации как многофакторный феномен.

14. Способы и приемы формирования внешнего имиджа кампании.

15. Презентация и самопрезентация в культуре общения.

16. Методы определения и оценки эффективности имиджирования в общении.

17. Использование внутренних возможностей личности в саморазвитии.

18. Основные составляющие профессионального имиджа и карьерный успех.

19. Имиджевые аспекты публичного выступления: внешний вид, манеры поведения, невербальные коммуникации.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Дайте определение понятию «архетип», сформулированного К.Г. Юнгом.

2. В чем состоит отличие мыслительного типа личности от эмоционального?

3. Как объясняется феномен ощущающего типа личности в общении?
4. В чем проявляется сущность интуитивного типа личности?
5. На что ориентированы в процессе общения рациональные и иррациональные типы личности?
6. Сравните модели поведения в общении «этиков» и «логиков».
7. Какие особенности в межличностном восприятии характеризуют «интуитивистов» и «сенсорики»?
8. Каковы наиболее характерные составляющие имиджа личности?
9. Охарактеризуйте значение духовных и нравственных основ в становлении привлекательного образа человека.
10. Какие методы используются для изучения персонального имиджа?
11. Что необходимо учитывать в работе по созданию вербального имиджа?
12. Перечислите невербальные сигналы в межличностном общении, способствующие формированию персонального имиджа.
13. Как можно понимать эффективность работы над имиджем?
14. Что представляет собой корпоративный имидж?
15. Набором каких качественных характеристик определяется имидж организации?
16. Какое значение имеет самосовершенствование в формировании имиджа менеджера?
17. Назовите условия обеспечения и пролонгации корпоративного имиджа.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алехина И.В.* Имидж и этикет делового человека/ И.В. Алехина. – М.: Дело, 2017.
2. *Вердербер Р., Вердербер К.* Психология общения. Полный курс/ Р. Вердербер. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2018.
3. *Галло К.* Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса/ К. Галло. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.

4. *Джи Б.* Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение/ Б. Джи. – М.: Добрая книга, 2016.
5. *Крижанская Ю.С., Третьяков В.П.* Грамматика общения/ Ю.С. Крижанская. – М.: Смысл. Академический проект, 2018.
6. *Мамина Р.И.* Деловой этикет в системе имиджа: Философско-культурологический анализ/ Р.И. Мамина. – СПб.: ИД «Петрополис», 2018.
7. *Панасюк А.Ю.* Формирование имиджа: стратегии, психотехнологии, психотехники/ А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2017.
8. *Перельгина Е.Б.* Психология имиджа: Учебное пособие/ Е.Б. Перельгина. – М.: Аспект-пресс, 2018.
9. *Петрова Е.А.* Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития/ Е.А. Петрова. – РИЦ «Альфа», 2017.
10. *Чалдини Р.* Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха/ Р. Чалдини. – М.: Эксмо, 2020.
11. *Черняева Г.В.* Презентация личности/ Г.В. Черняева. – М.: Аспект-пресс, 2016.
12. *Шепель В.М.* Управленческая антропология: человековедческая компетентность менеджера/ В.М. Шепель. – М.: Лори, 2017.
13. *Эйтвин Г.* Имидж современного мужчины/ Г. Эйтвин. – М.: РИПОЛ классик, 2019.
14. *Эйтвин Г.* Имидж современной женщины/ Г. Эйтвин. – М.: РИПОЛ классик, 2019.

СЕМИНАР № 4. БАРЬЕРЫ И ПРЕПЯТСТВИЯ В ОБЩЕНИИ. СПОСОБЫ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ И РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ (4 ЧАСА)

Методические рекомендации. Практически любое общение несет в себе стремление добиться желаемого: убедить или разубедить, уговорить или отговорить, продемонстрировать собственное превосходство путем подчинения психики другого индивида, т.е. сознательное или бессознательное стремление одного – одержать верх в общении над другим. Манипуляция в общении – один из самых действенных рычагов давления на партнера и

управления процессом взаимодействия. Этот прием применяется как в личном общении, так и в групповом. Манипуляция, как способ оказать скрытое психологическое воздействие на партнера с целью добиться выгодного для себя поведения, очень часто применяется в общении. Манипуляция побуждает человека к переживанию определенных состояний, изменению отношений к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения партнером своих собственных целей. Попытка манипулирования лишь тогда будет успешной, когда факт воздействия адресатом не осознается и конечная цель манипулятора ему неизвестна; для манипулятора важно, чтобы адресат считал эти мысли, чувства, решения и действия своими собственными, а не «наведенными» извне, и признавал себя ответственным за них. Манипуляция предполагает игру на человеческих слабостях – «мишенях воздействия» (чувство собственного достоинства, финансовый достаток, власть, слава, служебное продвижение, известность, враждебное отношение к непохожим на нас и пр.) – никто не желает показаться трусом, нерешительным, жадным. Манипуляции могут быть конструктивно использованы в управленческой практике на уровне межличностных контактов для создания ореола руководителя, для смягчения формы принуждения. Руководитель вместо силового воздействия может управлять подчиненными незаметно, создавая у них иллюзию полной самостоятельности и свободы. Выделяют следующие особенности манипуляции: отношение к партнеру как к объекту; получение односторонней выгоды; навязывание ложных целей; использование слабостей партнера или скрытого обмана, уловок; психологическое насилие.

Низкий уровень культуры общения – благодатная почва для возникновения всевозможных конфликтов. Столкновение различных характеров, несовместимых ценностей, вкусов, привычек, мнений – основа для развития противоречий между людьми, что является благодатной почвой возникновения конфликтов. Конфликты могут быть скрытыми или явными, но в основе их всегда лежит отсутствие согласия, наличие противоречий, противоборствующих сторон со своими несовместимыми

потребностями, интересами, целями. Чтобы успешно бороться с конфликтами, важно иметь представление о структуре, сущности и причинах конфликтов. В структуре конфликта выделяются: конфликтующие стороны, предмет противоборства, конфликтные действия, конфликтное сознание, средства и методы воздействия и поле конфликта. У каждого конфликта есть немало причин: неравномерное распределение ресурсов, взаимосвязь задач, различие в целях, представлениях и ценностях, различия в манере поведения и жизненном опыте, а также неудовлетворительные коммуникации. Причинами конфликтов могут быть и личностные особенности партнеров: неумение контролировать свои эмоции и чувства, агрессивность, раздражительность, беспокойство, низкий уровень самоуважения и культуры поведения. Существование перечисленных источников или причин конфликтов увеличивает вероятность их возникновения. Однако даже при большой возможности конфликта стороны могут не захотеть вступить в конфликтное взаимодействие. Иногда потенциальные выгоды от участия в конфликте не стоят затрат. Вступив же в конфликт, как правило, каждая сторона делает все, чтобы была принята ее точка зрения, достигнута ее цель, и мешает другой стороне делать то же самое. Здесь необходимо управление конфликтами. В зависимости от того, насколько эффективным оно будет, последствия конфликта станут функциональными или дисфункциональными. Это в свою очередь повлияет на вероятность возникновения последующих конфликтов.

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Понятие и классификация барьеров и препятствий в общении.
2. Манипулирование в общении как процесс: инструменты, механизмы, стадии.
3. Характерные приемы и методы манипуляции в межличностном общении.

4. Приемы защиты от манипулятивных воздействий в процессе общения и способы их предупреждения и профилактики.

ЗАНЯТИЕ ВТОРОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Сущность и причины конфликтов в общении между людьми.

2. Функциональные и дисфункциональные последствия конфликтных взаимоотношений.

3. Способы управления конфликтными ситуациями в деловом общении.

4. Предупреждение, ликвидация и профилактика конфликтов.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Причины и цели манипуляции в повседневном общении.

2. Основные приемы и способы манипулятивного воздействия.

3. Общая схема и принципы манипулирования партнерами по общению.

4. Признаки и механизмы манипуляции.

5. Способы обнаружения мишеней воздействия и приманок.

6. Классификация и типология манипуляторов.

7. Основные техники манипуляций и их действие.

8. Тактические приемы и способы защиты от манипуляций.

9. Особенности манипулирования в служебных отношениях.

10. Сущность и причины конфликтов в общении.

11. Виды конфликтов и их классификация.

12. Стратегия поведения в конфликтных ситуациях.

13. Реалистические и нереалистические конфликты: сравнительный характер.

14. Типологий конфликтных личностей.

15. Модель конфликтного процесса и его последствия.

16. Методы стратегии управления конфликтной ситуацией.

17. Классификация основных стратегий разрешения конфликтов.

18. Кодекс и правила поведения в конфликте.

19. Основные инструменты профилактики конфликтных ситуаций в общении.

20. Посредничество и медиация в деловом общении.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Сформулируйте определение понятия «барьеры» в общении.

2. Перечислите основные препятствия, встречающиеся в межличностном общении и дайте им характеристику.

3. Что такое манипуляция? Какие виды манипулятивного воздействия применяются в общении между людьми?

4. Перечислите признаки психологического воздействия на объект манипуляции.

5. Из каких этапов складывается общая схема или план осознанного манипулятивного воздействия?

6. Какие типы манипуляторов известны в теории и практике делового общения?

7. Перечислите основные характеристики организационно-процедурных манипуляций.

8. Каковы основные признаки логических манипуляций?

9. Какие психологические уловки используются при манипулировании эмоциями и чувствами объектов манипуляции?

10. Перечислите основные техники защиты от манипуляций в общении.

11. Какие приемы манипулирования подчиненными и руководителями встречаются в служебном общении?

12. Дайте определение понятию «конфликт».

13. Что представляет собой структура конфликта? Из каких элементов она состоит?

14. Какие типы конфликтов в общении чаще всего встречаются?

15. Перечислите основные причины конфликтных взаимодействий в деловом общении.

16. Какие характеристики присущи конфликтной личности демонстративного типа?

17. По каким признакам отличается конфликтная личность ригидного типа от личности неуправляемого типа?

18. Что общего и в чем различия между конфликтными личностями сверхточного и бесконфликтного типа?

19. Перечислите стратегии поведения в конфликтных ситуациях.

20. Какие стратегии разрешения конфликтов являются наиболее эффективными?

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аверченко Л.К.* Управление общением/ Л.К. Аверченко. – М., Новосибирск: Армада-пресс, 2017.

2. *Анцупов А.Я., Баклановский С.В.* Конфликтология в схемах и комментариях: Учебное пособие/ А.Я. Анцупов. – СПб.: Питер, 2018.

3. Введение в психодиагностику: Учебное пособие /Под ред. К.М. Гуревича, Е.М. Борисовой. 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2018.

4. *Гришина Н.В.* Психология конфликта/ Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2019.

5. *Гостюшин А.В.* Человек в экстремальной ситуации/ А.В. Гостюшин. – М.: Армада-Пресс, 2018.

6. *Кузин Ф.А.* Культура поведения в конфликте: практическое пособие/ Ф.А. Кузин. – М.: Ось-89, 2016.

7. *Леонтьев А.А.* Психология общения: Учебное пособие/ А.А. Леонтьев.- М.: Академия, 2020.

8. *Лупьян Я.А.* Барьеры общения, конфликты, стресс/ Я.А. Лупьян. – Ростов н/Д: Эврика, 2016.

9. *Музыченко В.В.* Управление конфликтами: Учебное пособие/ В.В. Музыченко. – М.: Академия, 2017.

10. *Панкратов В.Н.* Манипуляции в общении и их нейтрализация/ В.Н. Панкратов. – М.: Армада-Пресс, 2016.

11. *Рябова Л.В., Самыгин С.И.* Эмоции и культура общения: Учебное пособие/ Л.В. Рябова. – Ростов н/Д: Феникс, 2018.

12. Ромек В.Г. Тренинг уверенности в межличностных отношениях/ В.Г. Ромек. – СПб.: Питер, 2019.

СЕМИНАР № 5. СРЕДСТВА И СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ В ОБЩЕНИИ (3 ЧАСА)

Методические рекомендации. Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, включающий обмен информацией, взаимодействие, восприятие и понимание другого человека. Общение имеет две формы выражения: вербальное и невербальное. Вербальное общение – это общение при помощи слов, речевое общение. Человеческая речь представляет собой естественный звуковой язык, т.е. систему фонетических знаков, включающую два основных принципа: лексический и синтаксический. Модель вербального коммуникативного процесса включает пять элементов: КТО? (передает сообщение); ЧТО? (передается); КАК? (осуществляется передача); КОМУ?; С КАКИМ ЭФФЕКТОМ?

Умение говорить объединяет в себе несколько отдельных навыков: умение выступать, умение вести переговоры, умение договариваться по телефону, умение вести диалог. Умение выступать публично необходимо сегодня практически каждому человеку. От способности ясно выразить свои мысли во многом зависит успех в деловой жизни, поэтому сложно недооценивать важность этого навыка. Обучение искусству речи связано со многими трудностями, потому что в речевом поведении закреплены «вредные привычки»: неправильное произношение, лишние жесты, неправильный порядок построения фраз и т.д. Искусство публичного выступления очень важно, но чтобы им овладеть, необходимы усилия, самоконтроль, практика и стремление к непрерывному совершенствованию.

При невербальном общении средством передачи информации являются внешние знаки – позы, жесты, мимика, интонация, пространственное расположение, взгляд и т.д. Невербальные элементы общения подразделяют на кинетическое,

паралингвистическое, проксемическое и визуальное общение. Кинетика изучает позы, жесты, мимику, походку. В целом они воспринимаются как общая моторика тела, отображающая эмоциональные реакции и состояние человека. Паралингвистика изучает речевые особенности: особенности произношения, тембр голоса, высоту, громкость, темп речи и др., т.е. средства общения, связанные непосредственно с голосом. Проксемика - специальная область знания, занимающаяся пространственной и временной организацией общения. К проксемическим характеристикам относят: ориентацию партнеров в процессе общения и дистанции между ними. Визуальное общение – это контакт глаз. Зрительный контакт выполняет многочисленные функции, в качестве основных, можно назвать коммуникативную, информационную и экспрессивную функции. Все составляющие невербального общения – это язык нашего тела, являющийся более древним, чем разговорный язык.

Публичное выступление – ответственный и напряженный труд, подготовка к которому идет по двум основным направлениям. Первое направление – это подготовка самой речи, второе – носит внешний, имиджевый характер. Оба направления взаимосвязаны, но каждое имеет свою специфику и особенности. Основной принцип публичного выступления состоит в четко поставленной цели. Общая цель может заключаться в том, чтобы проинформировать, воодушевить, убедить, призвать к действию. Независимо от формата любое публичное выступление состоит из трех частей: вступления, основной части и заключения.

Переговорный процесс независимо от того, какой подход используется, является частью глобального процесса управления различиями между людьми, поскольку в основе любых переговоров лежит несовпадение интересов партнеров. В теории переговоров психологический портрет переговорщика рассматривают как единство и взаимодействие двух основных характеристик переговорщика – имиджевых и ролевых. Занимая промежуточное положение между сотрудничеством и борьбой, переговоры требуют особой тактики и стратегии, а также специальной подготовки как к переговорному процессу в целом, так и к каждой его стадии в

отдельности. Большое значение имеет риторическое и психологическое обеспечение переговорного процесса, связанное с предварительным речевым планированием и подготовкой переговорной речи. Это означает искусное владение приемами риторической аргументации и латерального мышления. В отличие от обыденного, латеральное мышление тесно связано с интуицией, творческими способностями, чувством юмора. Обыденное мышление выбирает аргументы, прямо относящиеся к делу, а латеральное – соединяет несоединимое, отыскивает между ними неординарные связи и отношения. В свою очередь наряду с эффективностью аргументации большое значение на переговорах имеет тактика убеждения и манеры ее преподнесения.

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ (1 ЧАС) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Речевая культура и ораторское мастерство.
2. Культура подготовки и проведения публичного выступления.
3. Специфические особенности и правила организации и проведения переговоров.

ЗАНЯТИЕ ВТОРОЕ (2 ЧАСА) ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Невербальные средства общения и их основная характеристика.
2. Основные каналы невербальной коммуникации: кинесика, проксемика, паралингвистика.
3. Способы и методы интерпретации невербальных средств в культуре общения.
4. Национально-культурная специфика межличностной коммуникации в общении.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Ораторское мастерство и культура речи в общении.
2. Вербальное общение и его основные характеристики. Устная и письменная речь.
3. Невербальное общение, его отличительные черты и особенности.
4. Кинетика, паралингвистика и проксемика как элементы невербального общения.
5. Визуальное общение: сущность, правила и нормы.
6. Смысл и назначение коммуникаций в культуре общения.
7. Характеристика вербальных коммуникативных технологий.
8. Содержательный аспект подготовки к публичному выступлению.
9. Имиджевый аспект подготовки и проведения публичного выступления.
10. Характеристика типичных затруднений в процессе публичного выступления.
11. Организация и проведения деловых переговоров.
12. Основные стадии переговорного процесса и их специфика.
13. Риторическое обеспечение и поддержка переговоров.
14. Психологическое обеспечение переговорного процесса.
15. Протокольные вопросы организации и проведения переговоров.
16. Изучение личности партнера по общению по невербальным признакам.
17. Мимика и жесты в деловом общении: верификация и понимание.
18. Основные закономерности проксемики в культуре общения.
19. Синтоническая модель общения и ее основные элементы.
20. Характерные черты и специфические особенности национальной культуры общения.
21. Феномен «кросскультурного шока» и механизмы его преодоления.
22. Классификация национальных культур общения.

23. Взаимопонимание в условиях кросскультурного сотрудничества.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что означает ораторское мастерство?
2. Какие навыки объединяет в себе умение говорить красиво и образно?
3. Как преодолеть страх и смущение в процессе публичного выступления?
4. Назовите условия формирования чувства уверенности в себе в различных форматах общения.
5. Из каких этапов складывается подготовка к публичному выступлению?
6. Чем информационная речь ознакомительного характера отличается от убеждающей речи?
7. Чем характеризуется такой показатель общения как умение слушать?
8. Сравните между собой признаки и свойства активного и пассивного слушания.
9. Что значит быть активным слушателем?
10. Какие стратегии поведения применяются при ведении диалога?
11. Перечислите типичные ошибки в устно-речевой коммуникации.
12. Чем характеризуется организационный и содержательный этап подготовки переговоров?
13. Какие стратегии применимы в переговорах на основе взаимного учета интересов?
14. Какие особенности характеризуют стратегию позиционного торга в деловых переговорах?
15. Из каких компонентов складывается тактика убеждения партнеров по общению?
16. По каким признакам невербального общения распознаются положительные эмоции партнеров?
17. Какую информацию в общении несут жесты-регуляторы?

18. Перечислите основные дистанции в процессе общения и дайте им характеристику.

19. Чем отличаются правила и нормы визуального общения в разных культурах?

20. Какие особенности общения изучает такесика?

ЛИТЕРАТУРА

1. *Димитриус Э., Мазарелла М.* Читать человека как книгу/ Э. Димитриус. – М.: Армада-пресс, 2017.
2. *Ивин А.А.* Риторика: искусство убеждать: Учебное пособие/ А.А. -Ивин. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2019.
3. *Колтунова М.В.* Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учебное пособие/ М.В. Колтунова. – М.: Экономическая литература, 2016.
4. *Кузин Ф.А.* Культура делового общения: Практическое пособие/ Ф.А. Кузин. – М.: Ось-89, 2017.
5. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник-практикум/ Под ред. Н.С. Водина и др.- М.: Флинта, 2018.
6. *Льюис Р.* Деловые культуры в международном бизнесе: От столкновения к взаимопониманию/ Р. Льюис. – М.: Дело, 2017.
7. *Митрошенков О.А.* Эффективные переговоры: Практическое пособие для деловых людей/ О.А. Митрошенков. – М.: ИНФРА, 2019.
8. *Мокшанцев Р.И.* Психология переговоров: Учебное пособие/ Р.И. Мокшанцев. – М.: ИНФРА, 2018.
9. *Пиз А.* Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам/ А. Пиз. – М.: Эксмо, 2018.
10. *Пиз А., Гарнер А.* Язык разговора/ А. Пиз. – М.: Эксмо, 2019.
12. *Сидоров П.И., Путин М.Е., Коноплева И.А.* Культура общения: Учебник для вузов/ П.И. Сидоров. – М.: Дело, 2017.
13. *Шапарь В.Б.* Гений общения, или Искусство быть разным/ В.Б. Шапарь. – Ростов н/Д.: Феникс, 2018.
14. *Экман П., Фризен У.* Узнай лжеца по выражению лица/ П. Экман. – СПб.: Питер, 2018.
15. *Экман П.* Психология лжи. Обмани меня, если сможешь/ П. Экман. – СПб.: Питер, 2019.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

а) основная литература

1. *Андреева Г.М.* Социальная психология. - М.: Аспект-Пресс, 2017, 368 с.
2. *Архангельская М.Н.* Бизнес-этикет или игра по правилам. – СПб.: Питер, 2019, 345 с.
3. *Бабаева А.В., Мамина Р.И.* Деловое общение и деловой этикет. 2-е изд. – СПб.: Петрополис, 2018, 192 с.
4. *Вердербер Р.* Психология общения. Полный курс. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2016, 415 с.
5. *Гришина Н.В.* Психология конфликта. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2017, 544 с.
6. *Докучаев И.И.* Введение в историю общения. – Владивосток: Дальнаука, 2019, 325 с.
7. *Зельдович Б.З.* Деловое общение. Учебное пособие. – М.: Альфа-Пресс, 2017, 456 с.
8. *Измайлова М.А.* Деловое общение. Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2019, 282 с.
9. *Каменская Е.Н.* Культура и психология делового общения. – Ростов н/Д.: Феникс, 2016, 410 с.
10. *Кузнецов И.Н.* Корпоративная культура делового общения: Главные правила общения и поведения в современном обществе. - М.: АСТ; Мн.: Харвест, 2018, 452 с.
11. *Панфилова А.П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП; Знание, 2018, 167 с.
12. *Чалдини Р.* Психология влияния. - СПб.: Питер, 2019, 288 с.
13. *Черняева Г.В.* Презентация личности. - М.: МНКС-пресс, 2017, 290 с.
14. *Шанин Ю.В.* Искусство переговоров. - М.: Бератор Пресс, 2018, 327 с.

15. *Шарков Ф.И.* Коммуникология. Основы теории коммуникации. - М.: Дашков и Ко, 2017, 440 с.

б) дополнительная литература

16. Психология деловых конфликтов. Хрестоматия. /Ред. Райгородский Д.Я. – Самара: Бахрах-М, 2012, 768 с.
17. Ромек В.Г. Тренинг уверенности в межличностных отношениях. – СПб.: Питер, 2014, 362 с.
18. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. – М.: Альфа-М, 2015, 523 с.
19. Фромм Э. Иметь или быть. – М.: Гардарики, 2014, 428 с.
20. Хансейкер Ф. Тренинг делового общения для менеджеров. – М.: Вильямс, 2015, 416 с.
21. Экман П. Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. – СПб.: Питер, 2019, 210 с.
22. Экман П., Фризен У. Узнай лжеца по выражению лица. – СПб.: Питер, 2018, 186 с.
23. Экман П. Психология эмоций. Я знаю. Что ты чувствуешь. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2018, 237 с.
24. Эрнст О. Слово предоставляется Вам. Практические советы по ведению деловых бесед и переговоров. – М.: Мир книги, 2010, 365 с.
25. Якокка Ли. Карьера менеджера. - Мн.: Попурри, 2013, 738 с.
26. Яновский В.В. Персональный менеджмент. Тесты и конкретные ситуации. – М.: Альфа-Пресс, 2017, 227 с.
27. Ямпольская М.Н. Кросскультурная компетентность глобального менеджера. Учебное пособие. – М.: Восток – Запад, 2018, 330 с.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ПУБЛИКАЦИИ

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/_Index.php

<http://flogiston.ru/library>

<http://lib.ru/PSIHO>

<http://psyberia.ru/work/biblio>

<http://www.psychol-ok.ru/library.html>

<http://www.ligis.ru/psylib/090417/books/index.htm>

ГЛОССАРИЙ

Агрессивность (агрессивное поведение) – злобность, враждебность, потеря самоконтроля, выражающаяся в деструктивных действиях по отношению к какому-либо человеку или объекту.

Адаптация – приспособление к изменяющимся условиям существования, функционирования.

Амбивалентность – несогласованность, противоречивость нескольких эмоциональных переживаний, побуждений, мыслей, связанных с двойственным отношением к человеку, предмету или явлению.

Амбиция – обостренное самолюбие, повышенное самомнение.

Аргумент – логический довод, фактическое обоснование суждения, служащее основанием доказательства.

Деловая беседа – вид общения, посредством которого реализуется стремление одного человека или группы людей к действию, которое изменит хотя бы одну из сторон какой-либо ситуации или установит новые отношения между участниками беседы.

Деловая дискуссия – процесс продвижения и разрешения проблем путем сопоставления, столкновения, взаимообогащения предметных позиций участников по сути решаемой проблемы.

Деловой этикет – результат длительного отбора правил и форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало

бы успеху в деловых отношениях. Важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека, предпринимателя.

Знаки, или собственно невербальные сигналы – автоматизировано или сознательно продуцируемые невербальные действия, имеющие в данной культуре определенный знаковый смысл, стандартное значение, с целью передачи этого значения собеседнику.

Инцидент – действие или совокупность действий участников конфликтной ситуации, провоцирующее резкое обострение противоречия и начало борьбы между ними.

Кинесика – изучает внешнее проявление человеческих чувств и эмоций; мимика изучает движение мышц, жестикуляция – жестовые движения отдельных частей тела, пантомимика изучает моторику всего тела.

Коммуникация – целесообразное, опосредованное или непосредственное взаимодействие двух субъектов. Специфический обмен информацией, а также процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Коммуникативная стратегия – часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели.

Коммуникативная тактика – совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия.

Конфликт – процесс резкого обострения противоречия и борьбы двух или более сторон-участников в решении проблемы, имеющей личную значимость для каждого из них.

Конформизм – безоговорочное принятие существующего порядка вещей и господствующих суждений, сочетающееся с неискренним отказом от собственного мнения.

Культура поведения – поступки и формы общения людей, основанные на нравственности, эстетическом вкусе и соблюдении определенных норм и правил.

Манипуляция – психологическое воздействие, которое призвано обеспечить негласное получение манипулятором

односторонних преимуществ, но так, чтобы у партнера сохранилась иллюзия самостоятельности принятого решения.

Массовая коммуникация – процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (радио, телевидение, интернет и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории.

Мимика – выражение лица, определяемое сокращением мышц, сопровождающих эмоциональное состояние человека.

Модуляция речи – изменение выразительности речи с использованием голосовых акцентов, смены темпа и плавности произносимых слов.

Невербальное речевое воздействие – воздействие, осуществляемое сопровождающими речь несловесными сигналами (жесты, мимика, внешний вид говорящего, дистанция до собеседника и др.).

Общение – специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества; многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности.

Проксемика – исследование расположения людей в пространстве.

Резонанство – особенности мышления, заключающиеся в логически правильном оформлении рассуждений, существо которых растворяется в очевидных истинах и сводится к незначительным деталям, бесплодным рассуждениям, в основе которых лежат поверхностные, формальные аналогии.

Рефлексия – осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению, т.е. как партнер по общению будет его понимать; логическая форма познания личностных особенностей себя и других людей.

Семиотика, или **семиология** – наука, исследующая свойство знаковых систем и, соответственно, знаков (естественных и искусственных языков).

Символы – невербальные явления, являющиеся носителями так называемого социального символизма – символического

значения, приписываемого обществом, определенным предметам, действиям, явлениям.

Симптомы – невербальные явления (движения, действия), бессознательно проявляющиеся в деятельности человека и отражающиеся психическое или физическое состояние участника общения.

Социальный стереотип – устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

Социальная коммуникация – передача информации, идей, эмоций посредством знаков и символов; процесс, который связывает отдельные части социальных систем друг с другом; механизм, посредством которого реализуется власть (как попытка определить поведение другого человека).

Стресс – вызванное сверхсильным воздействием состояние перенапряжения, требующее для адаптации к складывающейся ситуации активизации всех защитно-приспособительных систем организма; неспецифические адаптационные реакции, вызванные стрессом, могут сопровождаться различными психическими расстройствами как во время стрессового воздействия, так и в последующий период.

Такесика– изучает прикосновения в ситуации общения: рукопожатие, поцелуй, поглаживание.

Трансакция–единица взаимодействия партнеров по общению, сопровождающая заданием позиций каждого (на схеме изображается стрелкой, идущей от выбранной позиции одного собеседника к предполагаемой позиции другого участника общения).

Этика бизнеса – научная дисциплина, изучающая применение этических принципов в деловых ситуациях.

Этикет – установленный порядок поведения, форм обхождения в каком-либо обществе, в определенной среде; свод правил поведения человека в обществе, нормы взаимоотношений людей различного правового, социального, интеллектуального статуса.

Эмпатия – способность эмоционально воспринять другого человека, проникнуть в его внутренний мир, принять его со всеми его мыслями и чувствами. Способность к эмоциональному отражению у разных людей неодинакова.

Эффект коммуникации – изменения в поведении коммуниканта, которые происходят в результате приема сообщения.

Язык – строго нормализованная система средств общения.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Планы семинарских занятий и методические рекомендации к ним	4
Библиографический список.....	32
Глоссарий	34

КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ

*Методические указания к практическим занятиям
для студентов бакалавриата направления 27.03.01*

Сост.: *С.И. Сорокин*

Печатается с оригинал-макета, подготовленного кафедрой
социологии и психологии

Ответственный за выпуск *С.И. Сорокин*

Лицензия ИД № 06517 от 09.01.2002

Подписано к печати 15.04.2021. Формат 60×84/16.
Усл. печ. л. 2,2. Усл.кр.-отт. 2,2. Уч.-изд.л. 2,0. Тираж 75 экз. Заказ 319.

Санкт-Петербургский горный университет
РИЦ Санкт-Петербургского горного университета
Адрес университета и РИЦ: 199106 Санкт-Петербург, 21-я линия, 2