

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ

И.Г. Архипова

ПСИХОЛОГИЯ

Учебное пособие

Автономное образовательное учреждение высшего образования
Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Кафедра истории, философии и социальных наук

И.Г. Архипова

ПСИХОЛОГИЯ

учебное пособие

для студентов очной и заочной форм обучения

факультета экономики

*Государственного института экономики, финансов, права
и технологий (г. Гатчина, Ленинградская обл.), обучающихся
по направлению подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика*



Гатчина
2024

УДК 159.9

ББК 88

А 87

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного института экономики, финансов, права и технологий

Рецензенты:

А.Л. Свенцицкий, доктор психологических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации (Санкт-Петербургский государственный университет);

С.Д. Гуриева, доктор психологических наук, профессор (Санкт-Петербургский государственный университет);

Л.В. Куликов, доктор психологических наук, профессор (Санкт-Петербургский государственный университет).

Архипова И.Г.

А 87 Психология: учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения факультета экономики Государственного института экономики, финансов, права и технологий (г. Гатчина, Ленинградская обл.), обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика. – Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2024. – 83 с.

ISBN 978-5-94895-210-9

Учебное пособие «Психология» предназначено для студентов очной и заочной форм обучения на основании требований ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика и других нормативных документов.

Пособие по учебной дисциплине «Психология» охватывает широкий спектр тем, связанных с психологией как предметом научного знания и ее применением в профессиональной деятельности. Работа начинается с обзора основных понятий и функций психологии, подчеркивая ее роль в системе общественных и межличностных отношений. Далее автор переходит к анализу невербальной коммуникации, выделяя ее значение в межличностном общении и вклад отечественных ученых в данную область. В последующих разделах рассматривается психология межличностной коммуникации, включая специфику обмена информацией, роль речи и технологии передачи информации.

Особое внимание уделяется общению как форме взаимодействия, где анализируются различные типы взаимодействия и их реализация в социальном контексте. Также рассмотрены стратегии и тактики манипулирования, психология межличностного конфликта и деловой беседы. Автор предоставляет глубокое понимание динамики и структуры этих процессов, а также подчеркивает важность психологических аспектов в успешном ведении переговоров и влиянии на публику. Завершаются темы обзором переговорного процесса и общения с массовой аудиторией,

Это пособие представляет собой ценный ресурс для студентов, изучающих психологию, а также для профессионалов, стремящихся углубить свои знания в области межличностного общения и коммуникации. Автор успешно объединяет теоретические основы с практическими примерами, предлагая читателям комплексный взгляд на психологические аспекты общения в различных контекстах.

УДК 159.9

ББК 88

ISBN 978-5-94895-210-9

© И.Г. Архипова, 2024

© ГИЭФПТ, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Тема 1. Психология как предмет научного знания	7
Тема 2. Невербальная коммуникация	10
Тема 3. Психология межличностной коммуникации	14
Тема 4. Общение как взаимодействие	20
Тема 5. Восприятие и понимание в структуре межличностного общения	24
Тема 6. Основные способы воздействия в процессе общения	30
Тема 7. Стратегии и тактики манипулирования	35
Тема 8. Трудности и дефекты общения	38
Тема 9. Психология межличностного конфликта	44
Тема 10. Психология деловой беседы	50
Тема 11. Психология переговорного процесса	54
Тема 12. Общение с массовой аудиторией	59
Тема 13. Технологии НЛП в общении	64
Тема 14. Социально-психологический тренинг как средство повышения компетентности общения	70
Список литературы	82

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью освоения дисциплины «Психология» является раскрытие практических аспектов применения психологических знаний в повседневной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформировать психологические знания и умения, необходимые для профессиональной деятельности;
- научить будущих специалистов диагностировать и прогнозировать состояние людей, программировать процесс управления с учетом индивидуальных особенностей личности;
- организовывать исполнение решения на основе знаний психологической науки и специфики экономической отрасли.

КОМПЕТЕНЦИИ

Дисциплина «Психология» участвует в формировании компетенции:

УК-9 – Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сфере.

ИУК-9.2 – Исходя из индивидуальных психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, отбирает способы организации совместной профессиональной деятельности при участии в ней указанных лиц.

Знания: понимание индивидуально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Умения: обоснование и использование способов организации совместной профессиональной деятельности при участии в ней лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Навыки: отбор способов организации совместной профессиональной деятельности при участии в ней лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ»

Дисциплина «Психология» относится к базовому циклу вариативной части. Дисциплина читается в третьем семестре. По результатам сдается зачет.

Структуру учебного пособия по дисциплине «Психология» состав-

ляют четырнадцать разделов. Учебная деятельность студентов в процессе изучения дисциплины представляет собой контактные формы работы с преподавателем и самостоятельную работу. В свою очередь контактные формы работы реализуются на занятиях лекционного, семинарского и консультативного типов.

Занятия лекционного типа предусматривают обязательное присутствие студента и ведение им конспекта лекции. В зависимости от вида лекции (лекция-пресс-конференция, лекция-дискуссия) студент должен быть не только внимательным, но и уметь сформулировать вопросы по заданной теме, высказать и обосновать свою позицию, уметь аргументировано отстоять свою точку зрения. Во время лекции необходимо не только внимательно следить за изложением материала, но и обращать внимание на новые понятия и термины, выделять их в своем конспекте.

Занятия семинарского типа предусматривают обязательное присутствие студента и предполагают его активную самостоятельную работу. Студент должен быть готовым и уметь отвечать на вопросы и делать выводы из проработанного и изложенного в выступлении материала; отвечать по освещаемой теме логично и последовательно; свободно владеть основными понятиями дисциплины «Психология».

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых или дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям или зачету.

Контрольные работы в форме тестовых заданий, выполняются на семинарских занятиях и дома с использованием материалов основной, дополнительной литературы и источников. Следует обратить внимание на конспект. Он не должен быть простым переписыванием источника. Хороший конспект должен отвечать следующим требованиям:

- краткость (конспект не должен превышать $\frac{1}{8}$ от первоначального текста);
- четкая структуризация материала;
- научная корректность;
- наличие символических опорных компонентов;
- четкое фиксирование выходных данных, указание страниц фиксирования.

Процесс усвоения учебного материала по дисциплине «Психология» включает в себя работу на лекциях, семинарских занятиях и регулярную самостоятельную работу.

Во время занятий лекционного типа рекомендуется составлять кон-

спект, фиксирующий основные положения лекций и ключевые определения по пройденной теме.

Во время занятий семинарского типа рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемых тем, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями.

Основная задача при подготовке самостоятельной работы состоит в том, чтобы не только воспроизвести мнение и точку зрения того или иного автора на ту или иную проблему, но и выработать собственную позицию, свое понимание проблемы. Изложение проработанного материала должно соответствовать общей логике раскрытия заданной темы.

Подготовка устных выступлений на семинарских занятиях, рефератов осуществляется с учетом пожеланий студентов. В течение семестра рекомендуется подготовить не менее двух устных выступлений.

Составление глоссария (словаря) является также видом самостоятельной работы студента, выражающейся в подборе и систематизации терминов, непонятных слов и выражений, и развивает у студентов способность выделять главные понятия темы и формулировать их. Оформляется письменно, включает название и значение терминов, слов и понятий в алфавитном порядке.

Тема 1

ПСИХОЛОГИЯ КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

Предмет психологии в профессиональной деятельности

Психология интегрирована в область социальных наук. В таком контексте она представляет собой уникальное исследовательское поле, затрагивающее нюансы взаимодействия и согласования функций между людьми и технологическими процессами. Психология фокусируется на анализе человеческого поведения и процессов, связанных с этим поведением. Кроме того, она занимается изучением индивидуальных особенностей личности, ее поведения в социальном контексте и разнообразии профессиональной активности, делая акцент на том, что исследование личности является ключевой задачей в обеих областях [40].

Развитие профессиональной психологии тесно связано с социальной психологией и направлено на глубокое понимание психологических процессов в различных сферах деятельности, включая, например, работу технических специалистов. Этот раздел науки ориентирован на исследование динамики межличностных отношений, принципов и правил управления психическими процессами в рабочей среде, стремясь к обучению специалистов эффективному использованию психологических знаний в общении с различными группами людей.

Области знаний в профессиональной психологии охватывают:

- исследование психики в целом;
- анализ состояний сознания и подсознания;
- изучение структуры и динамики деятельности работника.

Профессиональная психология, как и любая другая научная дисциплина, фокусируется на определенном объекте исследования, который включает:

- психологию коллектива;
- взаимодействие человеческого фактора и техники;
- исследование сознательных и подсознательных процессов;
- аспекты личностного состава и активности;
- различные формы человеческой активности.

Место и роль общения в системе общественных и межличностных отношений

В ходе своего существования и активности, связанной с созданием и потреблением ресурсов, люди устанавливают между собой взаимосвязи, способствующие формированию уникальных социальных связей. Значимость анализа коммуникаций в контексте личностных и социальных взаимодействий подчеркивается необходимостью общения

для существования общества. В данном аспекте общение служит не только инструментом объединения людей, но и катализатором их индивидуального развития [8].

Изучение коммуникации как элемента межличностных связей получило широкое распространение в области социальной психологии, тогда как социология сфокусирована на взаимодействиях между различными группами. Исследование взаимосвязей между личностными и общественными аспектами коммуникации позволяет глубже понять сложную структуру взаимодействий человека с окружающим миром.

Отличительная особенность межличностных отношений по сравнению с общественными заключается в их эмоциональной окраске, которая выделяется как ключевой элемент этих взаимодействий. Согласно традициям отечественной психологической науки, выделяют три уровня эмоционального взаимодействия в личности: аффекты, эмоции и чувства, каждый из которых играет свою роль в структуре межличностных связей.

Уровни анализа и основные функции

Интегрированность и систематичность в организации деятельности наиболее очевидно отражаются через ее структурные аспекты. Разграничение структуры подразумевает выявление ключевых элементов и анализ связей между ними, становясь отправной точкой в изучении любого объекта или процесса.

В современной психологии активности преобладают два главных метода анализа. Первый, известный как структурно-морфологический подход, выделяет действие как фундаментальный компонент активности, рассматривая ее организацию как иерархию действий различной сложности. Вторым, функционально-динамический подход, подчеркивает сложность деятельности, указывая на невозможность ее сводимости к одиночному элементу. Этот подход утверждает, что деятельность включает в себя множество разнородных компонентов, которые взаимодействуют, формируя динамичную и целостную структуру [15].

Деятельность, основанная на структурно-уровневом принципе, подразумевает разделение на различные уровни и формы регуляции, которые иерархически упорядочены и создают единую систему. А.Н. Леонтьев выделяет три основных уровня организации деятельности: операция, действие и автономная деятельность [23].

Функционально-динамический подход раскрывает психологическую структуру деятельности как стабильное сочетание основных компонентов, необходимых для ее осуществления, обозначаемойся понятием инвариантной структуры. Ключевые элементы этой структуры

включают *мотивацию, формирование целей, информационную базу, предвидение результатов, принятие решений и планирование.*

Основные понятия современной психологии

Психология играет ключевую роль в кругу научных дисциплин, включая философию, общественные и технические науки, обогащая их и одновременно черпая из них знания для собственного развития [7].

Основные аспекты психологического знания включают:

- исследование психологических процессов и личностных характеристик;
- анализ методологии психологического исследования, в том числе способы получения, записи и усовершенствования информации о психике;
- понимание последовательности эволюции этих знаний с течением времени.

Современная психология опирается на два основных методологических направления: *детерминизм* и *индетерминизм*. *Детерминистский подход*, основываясь на *диалектическом* и *историческом материализме* К. Маркса, подчеркивает, что структура является отражением упорядоченности внутренних и внешних связей объекта, гарантируя его стабильность и определенность. Системные объекты, по мнению сторонников этого подхода, характеризуются целостностью и устойчивостью, где ключевую роль играют концепции связности, целостности и устойчивости.

С другой стороны, идея неопределенности, предложенная И.Р. Пригожиным, подчеркивает новый взгляд на индетерминизм, делая акцент на многоуровневости сознания, его способности к самоопределению и самовызванной активности, а также на способности индивида к созданию новых знаний. Понятие неопределенности в психологии становится ключевой категорией, влияя на мотивационную структуру деятельности, ее организацию и творческую направленность [31].

Тема 2

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Понятие невербальной коммуникации

Невербальная коммуникация означает передачу информации между людьми без использования слов и языковых конструкций. Этот процесс включает в себя выражения лица, жесты, телодвижения, изменение окружающей обстановки и другие способы. Основным инструментом такого вида общения служит человеческое тело.

Такой метод обмена информацией раскрывает сведения, характеризующие личность: эмоциональное состояние, настроение, темперамент, социальный уровень, отношение к обсуждаемым темам, а также способность воспринимать и интерпретировать информацию. Это способствует корректировке ошибок в подаче информации, улучшению контроля над процессом восприятия информации, делая общение более плавным и эффективным.

Отличительные черты невербальной коммуникации от вербальной включают в себя ее контекстно-зависимый характер, позволяющий лучше понять настроение и чувства участников общения в реальном времени. В отличие от словесного общения, невербальный обмен не позволяет говорить о событиях или предметах, находящихся вне контекста текущего общения. Кроме того, невербальные сообщения обладают синтетической природой, делая их сложными для разделения на отдельные составляющие, в отличие от вербального общения, где каждый элемент (слово, фраза, предложение) является отдельно воспринимаемым. Несмотря на это, невербальная коммуникация облегчает понимание, а также процесс обмена информацией благодаря универсальности и понятности жестов и телодвижений. Стоит отметить также спонтанный характер невербальных сообщений в отличие от контролируемой речи [37].

Место и функции невербальной коммуникации в межличностном общении

Невербальная коммуникация (далее – НК) играет ключевую роль в межличностном общении, добавляя глубину и разнообразие в способы, которыми люди взаимодействуют друг с другом. НК выполняет ряд критически важных функций, влияя на восприятие, понимание и интерпретацию межличностных сообщений. Невербальные сигналы способны усиливать, противоречить или заменять вербальные сообщения, а также регулировать течение общения и установление взаимоотношений. В межличностном общении невербальная коммуникация играет

несколько ролей:

Эмоциональное выражение. Невербальные каналы, такие как мимика и жесты, являются основными средствами выражения эмоций и чувств, позволяющие участникам общения лучше понять эмоциональное состояние друг друга.

Поддержание социальных норм. Невербальные сигналы помогают поддерживать социальные нормы, а также установленные порядки взаимодействия, например, через регулирование дистанции в пространственном общении (проксемика) или использование тактильных сигналов в соответствии с культурными нормами.

Создание впечатления. Внешний вид, жесты, мимика и другие невербальные элементы вносят значительный вклад в формирование первого впечатления и восприятия личности, ее статуса, надежности и привлекательности.

Функции невербальной коммуникации:

1. **Дополнение и модификация.** Невербальные сигналы дополняют или изменяют вербальное сообщение, делая его более понятным и выразительным. Например, улыбка может усилить дружелюбную тональность устного приветствия.

2. **Замещение.** В определенных ситуациях, когда вербальное общение невозможно или неуместно (например, из-за шума или необходимости сохранять тишину), невербальные средства могут полностью заменить словесное сообщение.

3. **Регуляция.** Невербальные сигналы регулируют общение, сигнализируя о желании начать, продолжить или завершить разговор. Взгляды, жесты и паузы помогают координировать разговор, указывая на смену ролей между слушателем и говорящим.

4. **Противоречие.** Невербальное поведение может противоречить вербальному сообщению, сигнализируя о неискренности, сарказме или внутреннем конфликте. Примером может служить ситуация, когда человек утверждает, что рад, но его телодвижения и мимика выражают раздражение.

5. **Подчеркивание.** Через невербальные средства можно подчеркнуть важность или серьезность вербального сообщения. Громкий тон голоса, акцентированные жесты и интенсивный взгляд могут усилить эффект слов.

Невербальная коммуникация обогащает и углубляет межличностное общение, предоставляя дополнительные каналы для передачи и интерпретации информации. Она позволяет выражать эмоции более тонко и многообразно, чем это возможно словами, и играет критически важную роль в формировании межличностных отношений и взаимопо-

нимания. Понимание и осознанное использование невербальных сигналов могут значительно улучшить качество коммуникации и способствовать более продуктивному взаимодействию между людьми.

Вклад отечественных ученых в теорию невербальной коммуникации

Много ученых изучали этот вид общения. Среди них Б.Ф. Ломов считал, что проблемы в общении лежат в основе психологических проблем. А.В. Брушлинский говорил, что в общении проявляются уникальные черты и свойства людей, включая их речь и мышление [6].

Само понятие невербальной коммуникации выходит далеко за рамки понятия вербального общения, так как обладает своими особенностями, элементами, реализующимися 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 в., хоть и затрагивалось ранее в исследованиях известных ученых [3].

Основные направления изучения

Многообразие путей передачи информации в обход словесного общения открывает широкий спектр возможностей для невербального обмена. Понимание ключевых элементов невербальных коммуникаций дает глубокое представление о механизмах такого вида взаимодействия. Особое значение в невербальном общении играет использование всех доступных чувственных каналов, каждый из которых способен передавать уникальные сообщения. Рассмотрим основные компоненты невербального общения:

Кинесика изучает то, как мы используем жесты, позы и движения тела для интуитивной передачи информации. Она разделяет жесты на физиологические и культурно обусловленные, исследуя, каким образом мы выражаем и понимаем сообщения через движения.

Сенсорика затрагивает взаимодействие с миром через ощущения. Включает в себя восприятие через обоняние, осязание, зрение, слух и вкус. Этот аспект невербальной коммуникации позволяет глубже взаимодействовать с окружением и другими людьми, влияя на восприятие и интерпретацию информации через чувственный опыт.

Тактильное поведение исследует значение и влияние физических прикосновений, таких как объятия, поцелуи, рукопожатия. Этот элемент коммуникации несет в себе важные социальные и эмоциональные смыслы, влияя на близость и эффективность общения. Изучение тактильного поведения, или **такесика**, охватывает также культурные и национальные различия в прикосновениях.

Проксемика связана с использованием пространства в процессе коммуникации. Этот элемент включает в себя понимание и управление личным пространством, которое разделяется на публичное, социальное, личное и интимное. Нарушение границ личного пространства может существенно снизить коммуникативную эффективность и уровень комфорта в общении.

Хронемика изучает роль времени в невербальном общении. Время так же, как и слова или жесты, имеет важное значение для общения, отражая отношение к делам и распределению внимания между различными задачами. 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.

Тема 3

ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Специфика обмена информацией в коммуникативном процессе

Если говорить о коммуникации в узком смысле слова, то прежде всего имеется в виду процесс обмена информацией в ходе совместной деятельности: различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. В ряде систем социально-психологического знания (например, в соционике) весь процесс человеческой коммуникации интерпретируют в терминах теории информации. Однако такой подход нельзя рассматривать как методологически корректный, т. к. в нем опускаются некоторые важнейшие характеристики именно человеческой коммуникации, не относящиеся только к процессу передачи информации. В общении информация формируется, уточняется и развивается. Поэтому нельзя исключить возможности применения некоторых положений теории информации при описании коммуникативной стороны общения, необходимо также учитывать специфику процесса обмена информацией в коммуникации между людьми.

Во-первых, поскольку взаимное информирование имеет целью налаживание совместной деятельности, то каждый участник коммуникативного процесса является активным субъектом. При направлении партнеру необходимо ориентироваться на его мотивы, цели, установки (кроме, разумеется, анализа своих собственных целей, мотивов, установок). В ответ на посланную информацию будет получена новая информация, исходящая от другого партнера.

Поэтому в коммуникативном процессе происходит не простое движение информации, но, как минимум, активный обмен ею. Главное отличие специфически человеческого обмена информацией заключается в том, что здесь особую роль играет для каждого участника общения значимость информации, потому что люди не просто «обмениваются» значениями, но, как отмечает А.Н. Леонтьев, стремятся при этом выработать общий смысл. Это возможно лишь при условии, что информация не просто принята, но и понята, осмыслена. Суть коммуникативного процесса – не просто взаимное информирование, но совместное постижение предмета. Поэтому в каждом коммуникативном процессе по-настоящему даны в единстве деятельность, общение и познание.

Во-вторых, обмен информацией обязательно предполагает психологическое воздействие одного коммуниканта на другого с целью изменения его поведения. Эффективность коммуникации измеряется именно тем, насколько удалось его воздействие. Это означает, что при

обмене информацией происходит изменение самого типа отношений, который сложился между участниками коммуникации.

В-третьих, коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (*коммуникатор*), и человек, принимающий ее (*реципиент*), обладают единой или сходной системой кодификации и декодификации. На быденном языке это правило выражается в словах: «все должны говорить на одном языке».

Наконец, в-четвертых, в человеческой коммуникации могут возникать совершенно не коммуникативные барьеры психологического характера. Это могут быть социальные, политические, религиозные, профессиональные различия, которые не только порождают разную интерпретацию понятий, употребляемых в процессе коммуникации, но и вообще различное мироощущение, мировоззрение, миропонимание.

Средства коммуникации

Средства коммуникации могут обеспечивать передачу различных типов информационных сообщений: высказывания, тексты, изображения, физические предметы, поступки, видеофильмы, звуковые сообщения, сигналы, знаки. В зависимости от типа передаваемого сообщения отличается сама сущность средств коммуникации.

Высказывание или **текст** – передаваемое речевое сообщение в устной или письменной форме. Является самым простым коммуникационным актом. Речь является одним из исторически первых средств коммуникации.

Изображение – нарисованная картина или сделанная фотография, например, горы Алтай или побережье Камчатки, позволяющие передать реципиенту из Нижнего Новгорода информацию о том, как выглядит Алтай или Камчатка.

Физические предметы могут служить средствами коммуникации. Например, шлагбаум сообщает о запрете проезда, подарок выражает благодарность. В качестве другого примера можно привести светофор, который регулирует движение транспорта, символизируя разные команды цветами.

Поступки – особый вид средства коммуникации, использующийся для передачи информации о моделях поведения, общественных нормах, призыве к конкретным действиям.

Видеофильм – содержит в себя комплекс информации, передаваемой в вербальной и/или невербальной форме.

Звуковые сообщения – например, **звуковое предупреждение, сигнал** автомобиля другим участникам дорожного движения.

Сигналы – например, на флоте сообщения передаются посредством флажного семафора.

Знаки – например, дорожные знаки, многочисленные указатели в зданиях, на улицах [28, с. 7].

Знаки, сигналы, символы всегда образуют какую-либо систему или код, которые будут понятны только человеку, знакомому с этой системой. В этом кроется проблема универсализации знаков и сигналов.

Речь и ее характеристика

Речь – это одно из ключевых преимуществ человека перед животными, уникальный психический процесс, позволяющий осуществлять общение посредством речевого аппарата. Речевая деятельность включает в себя не только передачу информации, но и выражение эмоционального отношения к говоримому, что составляет эмоционально-выразительную сторону речи. Этот аспект делает речь не просто средством обмена сообщениями, указаниями или приказами, но и мощным инструментом выражения чувств и эмоций.

Речь также обладает психологическим измерением, заключающимся в ее способности передавать не только буквальный, но и подтекстовый смысл. Это означает, что речь может отражать скрытые мотивы и цели, лежащие в основе выбора темы или способа подачи информации. Например, упоминание о машинах может демонстрировать интерес к автомобилям или стремление найти общие точки собеседника, подчеркивая важность речи как инструмента социального взаимодействия и укрепления связей.

По словам А.Н. Леонтьева, каждый акт речи решает уникальную психологическую задачу, требующую определенного построения и использования речевых средств в зависимости от контекста и целей общения. Это подчеркивает сложность и многоаспектность речевого общения, делая его важным инструментом взаимодействия и понимания между людьми [23].

Речевая коммуникация принимает две основные формы: устную и письменную, каждая из которых играет важную и сопоставимую роль в речевой практике и находится в тесном взаимодействии в различных сферах, включая производство, управление, образование, юриспруденцию, искусство и средства массовой информации. Эти формы постоянно пересекаются и дополняют друг друга в реальной коммуникации: письменные тексты могут быть озвучены, а устные сообщения – зафиксированы с помощью технологий. Специфические жанры, такие как драматургия и ораторское искусство, создаются для устного исполнения, в то время как в литературе часто используется стилизация под

устную речь для достижения определенных эффектов, например, через диалоги или монологи от первого лица.

С развитием радио и телевидения появились уникальные формы устной речи, такие как телеинтервью, где устная и письменная речи сосуществуют и взаимодействуют. *Литературная речь*, ориентированная на сознательное использование языковых норм и образцов, закрепленных в грамматиках, словарях и учебниках, служит основой как для устной, так и для письменной форм коммуникации. Она обладает универсальностью и лежит в основе научных работ, публицистики, деловой корреспонденции и т.д.

Устная и письменная речь имеют разные характеристики. Устная речь происходит в реальном времени и может быть как заранее подготовленной, так и спонтанной. *Письменная речь*, в отличие от устной, позволяет автору тщательно продумать и отредактировать свои мысли перед тем, как они будут представлены читателю. Это дает возможность более точно и ясно выражать идеи, а также сохранять информацию на долгое время. Таким образом, обе формы речи взаимодополняют и обогащают процесс коммуникации, предоставляя разнообразные средства для выражения мыслей и идей.

Основные элементы технологии передачи информации

Коммуникационный процесс является процессом обмена информацией между людьми или группами, целью которого является достижение понимания отправленного сообщения. Этот процесс включает в себя четыре ключевых компонента: отправителя информации, само сообщение, канал передачи информации и получателя, который интерпретирует сообщение. Тем не менее, реальный процесс коммуникации охватывает гораздо больше элементов и шагов.

Передача информации начинается с зарождения идеи у отправителя, подчеркивая важность тщательного обдумывания содержания и цели сообщения перед его отправкой. Это может включать в себя рассмотрение того, какую информацию необходимо передать, почему она важна для получателя и как она может быть воспринята наиболее эффективно. Например, при представлении нового продукта потребителям отправитель должен определить, что потребителям необходимо знать о продукте, почему он им может быть полезен, и как лучше всего донести эту информацию.

Следующим шагом является кодирование идеи в сообщение путем ее преобразования в слова, символы, интонации или жесты, выбор которых зависит от канала передачи. Эффективность обмена информа-

цией напрямую связана с соответствием выбранного канала первоначальной идее. Например, сложные инструкции по использованию оборудования могут быть лучше поняты через письменные руководства с иллюстрациями, нежели устным объяснением.

Важно также не ограничиваться одним способом коммуникации, поскольку использование нескольких каналов в сочетании может усилить восприятие и компенсировать недостатки каждого отдельного канала. Это подчеркивает многоаспектность и сложность коммуникационного процесса, в котором тщательно подходить к выбору методов и средств передачи информации для достижения наилучшего понимания.

Существенным фактором, влияющим на коммуникационный процесс, является организационный аспект, а именно конфигурация коммуникационных сетей.

Сети – это соединение определенным образом участвующих в коммуникационных процессах индивидов или элементов с помощью информационных потоков.

Централизованные информационные потоки. Выделяют несколько типов централизованных информационных потоков: тип «колесо» или радиальная структура. Они характеризуются тем, что один из членов группы всегда находится на пересечении всех направлений общения.

Понимание этих типов коммуникационных сетей важно при определении властных полномочий и социальных позиций в группе.

Выбор на практике той или иной сети коммуникаций определяется целями и задачами, стоящими перед группой. Если необходимо совершенствование системы коммуникаций, то целесообразно начать с анализа коммуникационных сетей.

Передача информации получателю – это физическое доведение информации до получателя, которую часто принимают за весь процесс коммуникации. Фактически это процесс организации доступности информации или информационного сообщения. В организации этот процесс обеспечивается секретарями, посыльными или электронными средствами. Получатель (например, исполнитель или начальник) должен увидеть, услышать и понять то, что ему сообщают.

Понимание зависит от того, как происходит декодирование информационного сообщения. **Декодирование** – это перевод символов отправителя в мысли получателя. Чем точнее символы выбраны, тем точнее они будут декодированы. Каждый руководитель должен подбирать такие выражения своих мыслей, которые соответствуют уровню восприятия подчиненного.

Весь процесс передачи информации был бы неполным без получе-

ния (контроля) и интерпретации обратной связи. После получения сообщения у получателя возникает реакция, которая характеризует то, как было понято сообщение.

Тема 4

ОБЩЕНИЕ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Понятие взаимодействия в психологической науке

Взаимодействие представляет собой фундаментальное понятие в философии и онтологии, описывающее феномен связи и влияния между различными объектами, которые развиваются и меняются под воздействием друг друга. Это ключевая категория для понимания того, как явления, объекты и состояния взаимосвязаны и взаимозависимы в мире. Концепция взаимодействия подразумевает, что любой объект или явление влияет и одновременно подвергается влиянию других, создавая сложную сеть взаимосвязей [5].

Основываясь на этом принципе, взаимодействие служит фундаментом для формирования разнообразных связей между объектами, включая причинно-следственные отношения, и является основой для любой системы, подчеркивая важность связей между ее компонентами. Системность, выражающаяся через взаимодействие объектов во всех их связях и отношениях, также является важной характеристикой этого понятия.

В контексте человеческих отношений взаимодействие определяет такие ключевые аспекты, как *осознанность* и *целеположенность*, определяющие формы взаимодействия, такие, как *сотрудничество* и *общение*, которые тесно связаны между собой и проявляются в различных социальных процессах, включая терапевтические. Взаимодействие может принимать различные формы, включая сотрудничество, противоборство и конфликт, при этом общение рассматривается как идеальная форма взаимодействия, подчеркивая их взаимосвязь и относительную автономию.

Через взаимодействие со значимыми для человека людьми раскрывается система целостных и устойчивых позиций личности, отражающая совокупность принятых ею идей и представлений о мире, что подчеркивает важность взаимодействия для формирования личностной идентичности и социальных связей.

Основные теоретические взгляды зарубежных и отечественных исследователей на проблему взаимодействия

Основные взгляды на проблему взаимодействия людей у отечественных и зарубежных ученых можно рассматривать через несколько ключевых аспектов, которые отражают различия в подходах и акцентах исследований.

Отличительной чертой отечественной науки является акцент на

коллективизм и социальную среду как детерминанты индивидуального развития и взаимодействия. Развитие личности и ее взаимодействия с окружающим миром анализируются через призму социально-исторического контекста и деятельности. А.Н. Леонтьев и Л.С. Выготский подчеркивали роль социального взаимодействия и культурных инструментов в развитии высших психических функций [23]. А.Г. Рубинштейн и другие отечественные психологи уделяли большое внимание взаимосвязи между сознанием и социальной средой, рассматривая взаимодействие как важнейший элемент развития личности [34].

Зарубежные исследователи, в свою очередь, представляют широкий спектр подходов, многие из которых акцентируют внимание на индивидуализме, внутренних процессах личности и микросоциальных аспектах взаимодействия.

Жан Пиаже (1896–1980) исследовал, как дети познают мир через взаимодействие с ним, подчеркивая стадии когнитивного развития и роль активного взаимодействия в обучении [25].

Ирвинг Гофман (1922–1982) анализировал повседневные формы взаимодействия, представляя общество как сцену, на которой индивиды играют определенные роли и используют символические средства для взаимодействия [10].

В отечественной науке преобладает деятельностный подход с акцентом на историко-культурном контексте, в то время как зарубежные подходы могут включать когнитивные, поведенческие и символические теории, исследуя разнообразные аспекты взаимодействия.

Особенности анализа взаимодействия

Анализ взаимодействия людей раскрывает связь между индивидуальным поведением и социальными структурами, подчеркивая важность понимания трансакций как основных единиц общения. При анализе взаимодействия людей, кроме трансакций, выявляются такие особенности, как ролевые позиции участников общения, эмоциональный обмен и паттерны поведения.

Анализ взаимодействия людей раскрывает глубокие слои межличностных отношений, включая эмоциональные обмены, влияние социальных ролей и ожиданий. Особенности такого анализа включают понимание не только явных, но и скрытых мотиваций участников взаимодействия, а также изучение контекста взаимодействия. Рассмотрение культурных и индивидуальных различий позволяет лучше понять механизмы, лежащие в основе общения, и способы, которыми люди строят и поддерживают связи.

*Типы взаимодействия: сотрудничество, взаимопомощь,
конкуренция, конфликт*

В процессе общения люди вступают в бесконечное количество различных видов взаимодействия. Наиболее распространенным является дихотомическое деление всех возможных видов взаимодействий на два противоположных вида взаимодействия: **кооперация** (от лат. *cooperatio* – «сотрудничество») и **конкуренция** (от лат. *concurro* – «сталкиваюсь»). Разные авторы обозначают эти два основных вида различными терминами. Кроме кооперации и конкуренции, говорят о **согласии** и **конфликте**, **приспособлении** и **оппозиции**, **ассоциации** и **диссоциации** и т.д. За всеми этими понятиями ясно виден принцип выделения двух различных типов взаимодействия. В первом случае анализируются такие его проявления, которые способствуют организации совместной деятельности, являются «позитивными». Во вторую группу попадают взаимодействия, так или иначе «расшатывающие» совместную деятельность, представляющие собой определенного рода препятствия для нее.

Кооперация, или **кооперативное взаимодействие**, означает координацию единичных сил участников (упорядочивание, комбинирование, суммирование этих сил), проявляется во взаимопомощи и взаимовлиянии, предусматривающие совместное достижение целей. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порожденный ее особой природой. А.Н. Леонтьев выделял в качестве ее характеристик разделение единого процесса деятельности между участниками и изменение деятельности каждого [23]. Важным показателем «тесноты» кооперативного взаимодействия является включенность в него всех участников процесса. Поэтому для кооперации важны вклады участников взаимодействия и степень их включенности в него.

Конкуренция – это одна из основных форм организации межличностного взаимодействия, характеризующаяся достижением индивидуальных или групповых целей, интересов в условиях противоборства с добивающимися этих же целей и интересов других индивидов и групп. Конкуренция отличается сильной вовлеченностью в борьбу и частичной деперсонализацией представлений о противнике и предполагает создание затруднений и препятствий соперникам в достижении целей. По определению И.М. Шмелева, конкуренция выражает отрицательное отношение к процессу взаимодействия, но может рассматриваться и как продуктивный тип, в ходе которого у субъектов взаимодействия возникает конкурентно-созидательная мотивация. **Степени конкуренции: соревнование, соперничество, конфронтация, конфликт.**

Во взаимодействии принципиально важна проблема содержания

деятельности, в рамках которой происходят эти типы взаимодействия. Так, кооперативный тип взаимодействия возможен не только в условиях производства, но, например, и при осуществлении каких-либо асоциальных, противоправных поступков – совместного ограбления, кражи и т.д. Поэтому кооперация в социально-негативной деятельности не обязательно та форма, которую необходимо стимулировать: напротив, деятельность, конфликтная в условиях асоциальной деятельности, может оцениваться позитивно. Кооперация и конкуренция лишь формы «психологического рисунка» взаимодействия, содержание же в том и в другом случае задается более широкой системой деятельности, куда кооперация или конкуренция включены.

Реализация своей роли в социальном взаимодействии и командной работе требует глубокого понимания и учета поведения и интересов других участников. Это означает, что успешное взаимодействие в команде зависит не только от способности четко выполнять собственные обязанности, но и от готовности адаптироваться к нуждам и ожиданиям других. Умение взаимодействовать, учитывая разнообразие характеров, стилей работы и мотиваций, способствует созданию синергии в группе, повышает эффективность совместной деятельности и укрепляет социальные связи между ее членами.

Стоит акцентировать внимание на важности эмпатии, коммуникации и гибкости в поведении для эффективного социального взаимодействия и работы в команде. Умение понимать и учитывать интересы других членов команды, а также готовность к компромиссам и сотрудничеству, рассматривается как ключ к достижению общих целей и поддержанию позитивной рабочей атмосферы. Успешное взаимодействие требует от каждого участника осознания собственной роли в команде и активного вклада в ее успех.

Тема 5

ВОСПРИЯТИЕ И ПОНИМАНИЕ В СТРУКТУРЕ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ

Восприятие рассматривают, как результат циклического взаимодействия трех структур: объекта (наличной информации), перцептивной схемы и исследования.

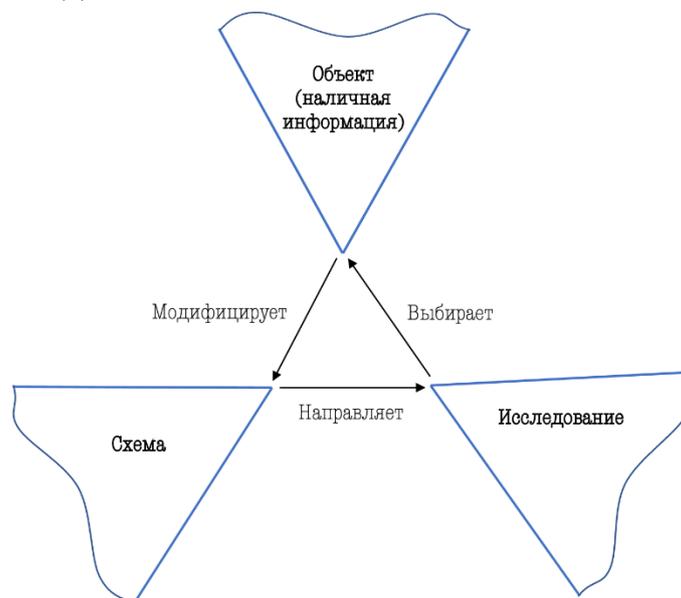


Рис. 1. Перцептивный цикл У. Найссера

Источник: [26].

В представлении У. Найссера, перцептивные схемы подготавливают субъекта к принятию информации того или иного вида и таким образом направляют его исследовательскую активность. Эта активность (например, движения глаз), в свою очередь, приводит к некоторому объекту (наличной информации), а эта новая информация модифицирует исходную схему. Модифицированная схема направляет дальнейшее исследование, которое приводит к дополнительной информации. Данный цикл представлен на рис. 1. Перцептивный цикл работает не только со зрительной информацией, а с любым видом сенсорной модальности [26, с. 230].

Общая характеристика социальной перцепции

Социальная перцепция описывает процесс, через который человек формирует образы себя, других людей и социальных явлений окружающего мира. Этот процесс происходит как на эмоциональном уровне – через чувства, восприятие и представления, так и на когнитивном – через понятия, суждения и умозаключения.

Введенный в научный оборот Дж. Брунером в 1947 г., термин «со-

циальная перцепция» подчеркивает важность восприятия человека человеком в контексте межличностных отношений, включая оценку внешних атрибутов, их ассоциацию с личностными качествами и прогнозирование поведения. В российской психологии этот процесс часто ассоциируется с познанием другого человека, как указывает А.А. Бодалев [39, с. 155–160].

Социальная перцепция включает в себя как субъективную сторону – воспринимающего человека, так и объективную – воспринимаемого. В ходе общения и взаимодействия процесс становится взаимным, направленным в основном на понимание значимых в данный момент качеств партнера.

Отличительной чертой социального восприятия является активное и не пассивное отношение социальных объектов к воспринимающему субъекту, где социальные образы наделены значимыми и оценочными характеристиками. Интерпретация социальных объектов зависит от множества факторов, включая предыдущий социальный опыт воспринимающего, его ценностные ориентации и поведение объекта восприятия.

В качестве субъекта социальной перцепции может выступать как отдельный индивид, так и целая группа, причем каждый из них может воспринимать других индивидов и группы в различных конфигурациях, подчеркивая сложность и многоуровневость процесса социальной перцепции в изучении межличностных и межгрупповых отношений.

В группах индивидуальные представления людей друг о друге оформлены в групповые оценки личности, которые выступают в процессе общения в виде общественного мнения.

Основные функции психологии социальной перцепции:

1. Социальная перцепция является механизмом, запускающим общение. Инициация общения, любой акт общения начинается с восприятия людей друг другом.

2. Восприятие выступает одним из познавательных процессов. Социальная перцепция выступает как познание одного человека другим.

Первое впечатление и точность интерпретации

Согласно принципам апперцепции, наше первое впечатление о чем-либо всегда насыщено предыдущим опытом и знаниями, которые, трансформируясь в установки, делают наше восприятие выборочным. Это объясняется тем, что профессиональный опыт может оказывать заметное влияние на формирование образа других людей, что иногда называют профессиональной деформацией личности.

Идеальной считается установка, признающая наличие как положительных, так и отрицательных черт у каждого человека, с акцентом на

то, как эти качества сбалансированы и оцениваются самим индивидом. Установки, действуя как неосознанная предрасположенность к восприятию и оценке других, играют ключевую роль в типичных искажениях восприятия.

Эксперименты А.А. Бодалева показали значительное влияние установок на формирование первого впечатления. Студентам была предъявлена фотография одного человека, но с разными предысториями для двух групп: одной группе сказали, что на фото закоренелый преступник, другой – что это выдающийся ученый. Результаты показали, что предварительная информация кардинально изменила восприятие одних и тех же физических характеристик человека, подчеркивая, как установки могут формировать наше восприятие людей [39].

Эффекты восприятия: эффект «ореола», эффект первичности и новизны, эффект стереотипизации, эффект установки и их характеристика

Эффект ореола – склонность переносить предварительно полученную положительную или отрицательную информацию о человеке на его реальное восприятие. Происходит приписывание воспринимаемому человеку качеств на основе образа, который сложился ранее о нем из различных источников информации. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль «ореола», мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. Эффект ореола проявляется и при формировании первого впечатления о человеке, когда первое благоприятное впечатление приводит к позитивной оценке и еще неизвестных качеств человека, и наоборот, общее неблагоприятное впечатление способствует преобладанию негативных оценок.

Эффект первичности и новизны – это значимость порядка предъявления информации о человеке; более ранняя информация характеризуется как первичная, более поздняя – как новая. В случае восприятия незнакомого человека срабатывает эффект первичности, при восприятии знакомого человека – эффект новизны.

Стереотипизация заключается в формировании упрощенного, обобщенного представления о человеке или явлении, которое затем используется как шаблон для упрощения процесса восприятия и взаимодействия. Термин был введен У. Липпманом в 1922 г., видевшим в этом явлении лишь ложное и неточное представление, используемое пропагандой. Часто встречается стереотип, связанный с групповой принадлежностью человека, например, к какой-либо профессии [24].

Следствием стереотипизации может быть:

1) упрощение процесса познания другого человека;

2) возникновение предубеждения. Если прошлый опыт был негативным, то человек, связанный с этим опытом, будет при новом восприятии вызывать неприязнь. Зная об эффектах восприятия, человек может использовать эти знания в своих целях, создавая у окружающих положительный имидж – воспринимаемый и передаваемый образ личности. Условиями принимаемого имиджа являются: ориентация на социально одобряемые формы поведения, соответствующие социальному контролю, и ориентация на средний класс по социальной стратификации. Выделяют *три уровня имиджа: биологический (пол, возраст, здоровье и т.п.), психологический (качества личности, интеллект, эмоциональное состояние и т.д.), социальный (слухи, сплетни).*

Если долго решать однотипные задачи, происходит выработка одинакового решения. В будущем это решение переносится на остальные задачи, которые имеют примерно такие же условия. В некоторой степени это может напоминать установку или некий приказ сознания, который успел зафиксироваться в разуме человека. При этом минусом является то, что люди перестают видеть изменения в условиях задачи. Такое явление получило название эффекта установки. *Эффект установки* представляет собой некое состояние, в котором человек привыкает использовать определенный способ решения проблемы. При этом он не переключается на другие методы на протяжении некоторого времени, даже если они более простые.

Основные способы повышения точности восприятия других людей

В социальной психологии давно возник интерес к исследованию возможностей развития перцептивных способностей людей, то есть их умения «читать» характеристики других. Было проведено множество экспериментов, целью которых было выяснить, существует ли у индивидов стабильная способность к такому восприятию. Результаты этих исследований оказались неоднозначными: в половине случаев была обнаружена стабильность этой способности, в другой половине – нет. Аналогичная ситуация сложилась и с вопросом о том, возможно ли научить человека более точно воспринимать других.

Для решения этой проблемы начали применять социально-психологический тренинг, нацеленный не только на обучение навыкам общения, но и на повышение перцептивной компетентности, то есть способности точно воспринимать других людей. Программы таких тренингов разнообразны и включают упражнения, направленные на осознание распространенности «иллюзорных корреляций» – ошибочных представлений о связи между физическими характеристиками человека и

его психологическими особенностями. Эти заблуждения могут базироваться как на личном опыте, так и на фрагментах устаревших психологических теорий, таких, как концепции Э. Кречмера о связи типов телосложения с чертами характера или идеи физиогномики [19].

Таким образом, в социальной психологии предпринимаются усилия по развитию и улучшению перцептивных способностей людей через специализированные тренировочные программы, направленные на преодоление стереотипов и иллюзорных связей между внешностью человека и его внутренним миром.

Один из методов, используемых в видеотренингах, направлен на обучение людей видеть себя со стороны и сравнивать собственные представления о себе с восприятием других людей. Важную роль в этом процессе играет применение различных понятий и категорий для описания себя как самим индивидом, так и окружающими. Такое сближение представлений способствует улучшению точности восприятия.

Возникает вопрос о целесообразности проведения тренингов в различных группах. Опыт показывает, что навыки, полученные в условиях тренинговой группы, не всегда сохраняются в реальных ситуациях общения. Эффективность тренинга на точность восприятия повышается в реальных группах, объединенных общей деятельностью. Г. Гибш и М. Форверг отмечают, что совпадение собственного и чужого представлений о человеке более выражено в долго существующих группах с общей системой деятельности [38]. Однако вопрос о влиянии длительного общения, обусловленного совместной деятельностью, на точность восприятия остается открытым. Исследования указывают на то, что длительный контакт может порождать предвзятость, способную привести к искажению восприятия объекта. Этот аспект требует дополнительного изучения в контексте специфики взаимодействия в конкретных группах и характера их деятельности.

Основные механизмы понимания собеседника

Идентификация – это социально-психологический процесс познания личностью или группой других людей в ходе непосредственных или опосредованных контактов с ними, при котором осуществляется сравнение или сопоставление внутренних состояний или положения партнеров, а также образцов для подражания со своими психологическими и другими характеристиками.

Эмпатия – это эмоциональное сопереживание другому человеку. Через эмоциональный отклик люди познают внутреннее состояние других. Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что

происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Ее почти всегда интерпретируют не только как активное оценивание субъектом переживаний и чувств познающего человека, но и, безусловно, как положительное отношение к партнеру.

Рефлексия – это механизм самопознания в процессе взаимодействия, в основе которого лежит способность человека представлять себе то, как он воспринимается партнером по общению. Это не просто знание или понимание партнера, а знание того, как партнер понимает меня, своеобразный удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Каузальная атрибуция – это механизм интерпретации поступков и чувств другого человека. Исследования показывают, что у каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т. е. привычные объяснения чужого поведения:

1) люди с личностной атрибуцией в любой ситуации склонны находить виновника случившегося, приписывать причину произошедшего конкретному человеку;

2) в случае пристрастия к обстоятельству атрибуции люди склонны прежде всего винить обстоятельства, не утруждая себя поисками конкретного виновника;

3) при стимульной атрибуции человек видит причину случившегося в предмете, на который было направлено действие (ваза упала потому, что плохо стояла) или в самом пострадавшем (сам виноват, что попал под машину).

Тема 6

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ

Понятие личностного влияния

В современном мире, где границы формального взаимодействия становятся все более размытыми, вопрос индивидуального психологического влияния приобретает особую актуальность. Люди в деловой и личной сфере сталкиваются с влиянием со стороны множества других индивидов, которые ранее не имели возможности оказывать такое воздействие из-за отсутствия статуса или полномочий. В то же время, увеличились возможности как для влияния, так и для сопротивления ему, что делает успех воздействия более зависимым от личных психологических качеств как влияющего, так и подвергающегося влиянию [35].

Практика показывает, что многие испытывают трудности в поиске эффективных и психологически обоснованных методов воздействия на окружающих, включая семью, коллег, начальство и деловых партнеров. Однако большую проблему для большинства представляет не столько вопрос о том, как влиять на других, сколько о том, как сопротивляться их влиянию. Чувство безысходности при попытках отстраниться от чужого влияния вызывает сильное психологическое страдание, в то время как неспособность влиять на других людей ощущается менее болезненно.

Методы влияния, используемые в групповых тренингах, не всегда могут считаться морально-этически оправданными, психологически корректными и эффективными. Исследования показывают, что эффективность, моральность и психологическая корректность воздействия могут быть весьма независимыми друг от друга, при этом влияние может быть манипулятивным и эффективным в краткосрочной перспективе, но неэтичным, или же этичным, но психологически неправильно построенным и неэффективным. Это подчеркивает сложность вопроса психологического влияния и необходимость дальнейших исследований для нахождения баланса между эффективностью и этичностью воздействия в контексте различных социальных групп и ситуаций.

Влияние может совершаться в случаях, когда его специально не оказывают, и оно выступает как неосознаваемый и субъективно неуправляемый феномен. Само присутствие определенного человека зачастую приводит к тому, что на других людей начинают действовать его обаяние, его способность неосознанно заражать других своим состоянием или побуждать их к подражанию.

Коммуникативно-личностный потенциал и его характеристика

В современной психологии активно обсуждается понятие «коммуникативная компетентность», которое Ю.Н. Емельянов определяет как уровень развития межличностного опыта, необходимый для успешного функционирования в обществе в рамках социального статуса индивида [14]. Р.А. Максимова ввела термин «коммуникативный потенциал» личности, описывающий наличие у человека качеств, связанных с передачей и восприятием информации, влияющих на его способность к коммуникативной деятельности [29].

Коммуникативная компетентность представляет собой набор внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективного общения в контексте межличностного взаимодействия. Она играет ключевую роль в профессиональной деятельности, где важно владение вербальными навыками, способность привлекать внимание, убеждать и воздействовать на настроение партнеров, что невозможно без развитого искусства устной речи.

Структура коммуникативного потенциала включает в себя четыре уровня: базовый, содержательный, операциональный и рефлексивный, каждый из которых обеспечивает различные аспекты коммуникативной составляющей профессиональной деятельности.

Базовый уровень отвечает за общую направленность и мотивацию коммуникативных действий, а также их соответствие профессиональным целям, подчеркивая важность внутренней готовности и стремления к эффективному общению в рамках профессионального взаимодействия.

Содержательный уровень коммуникативного потенциала задействует разработку коммуникативных стратегий для решения определенных профессиональных задач. Эффективность этих стратегий зависит от обширности и глубины коммуникативных знаний индивида, включая понимание основ общения, механизмов воздействия и процессов восприятия и понимания в межличностном общении.

Операциональный уровень направлен на реализацию коммуникативных действий, необходимых для выполнения профессиональных задач. Ключевыми элементами являются умения в области вербального и невербального воздействия, организации контакта, аргументации, а также способность к активному слушанию и взаимодействию с аудиторией.

Рефлексивный уровень включает оценку и анализ собственной коммуникативной деятельности, что является основой для саморазвития и совершенствования коммуникативных навыков.

В целом коммуникативные способности определяются как умение

активно участвовать в общении, проявлять инициативу, эмпатию к эмоциональному состоянию собеседников и эффективно реализовывать собственные коммуникативные стратегии.

*Убеждение как ведущий способ воздействия на личность.
Виды и приемы убеждений*

Убеждение является способом воздействия на сознание людей, при котором акцент делается на их способность к критическому анализу. Этот метод нацелен на интеллектуальную и познавательную сторону психики, предполагая достижение согласия с определенными аргументами и последующее формирование или изменение установок в соответствии с целями воздействия. Для успешного убеждения необходимо соблюдение ряда правил: аргументация должна быть понятна целевой аудитории, основываться на фактах, включать как конкретные примеры, так и обобщенные положения, быть правдоподобной и вызывать эмоциональный отклик.

Эффективность убеждения измеряется уровнем убежденности, которая представляет собой глубокую уверенность в правдивости принятых идей и концепций. Она обеспечивает возможность принимать решения без колебаний и занимать устойчивую позицию по отношению к различным фактам и явлениям.

Пирамида Дилтса. Это универсальный инструмент по убеждению и поиску точек соприкосновения с любым человеком, который придумал Роберт Дилтс, разработчик системы нейролингвистического программирования. Суть метода: каждый уровень в пирамиде относится к определенной части личного опыта человека. Если продемонстрировать собеседнику, что у вас есть много общего на некоторых уровнях, то ему будет проще вам довериться и общение станет комфортным [13].

Метод Паскаля. Математик и философ Блез Паскаль (1623–1662) разработал метод убеждения, идея которого заключается в том, чтобы не указывать оппоненту на его ошибку, а прежде всего помочь ему увидеть проблему с другой стороны и сделать заключение самостоятельно. Люди не любят ошибаться и признавать свою неправоту, поэтому не стоит акцентировать внимание на слабых сторонах собеседника. Для того чтобы убедить человека, а не настроить его против себя, согласитесь с его точкой зрения и тут же покажите ему другую сторону, при которой его мнение сразу станет неправильным [30].

Сократический диалог. Древнегреческий философ Сократ (469 до н.э. – 399 до н.э.) придумал способ ведения беседы, в процессе которой один человек задает вопросы, а его собеседник отвечает на них. Суть метода – сделать так, чтобы оппонент засомневался в своих знаниях и

благодаря уточняющим вопросам пришел к верному ответу. Например, почему он придерживается именно такого мнения, какие факты подкрепляют его убеждения, видит ли он альтернативы? [16]

Все эти методы направлены на то, чтобы изменить убеждения человека. Однако важно понимать, что такой спор может быть неприятным для собеседника. Когда мы ставим под сомнение его привычную картину мира, это, скорее всего, вызовет волнение. В этот момент стоит поддержать оппонента и помочь ему адаптироваться к новому контексту.

Внушение (суггестия) и его характеристика.

Приемы внушения и средства противодействия суггестии

Внушение, или **суггестия** – это психологическое воздействие на сознание человека, при котором происходит особое некритическое восприятие доносимой до него информации. Для использования этой психотехники человек пользуется особым образом сформированными словесными или эмоциональными конструкциями.

Рациональное воздействие – это обращение к логике человека, фактам, разуму. **Суггестивное воздействие** – это обращение к бессознательному и чувствам. **Внушение (суггестия)** включает в себя как **вербальные (особые речевые конструкции)**, так и **невербальные (особый тембр голоса, жесты, эмоциональную окраску сказанного)** элементы.

Первый метод суггестивного воздействия – **использование в речи «YES SET»**. Этот метод предполагает, что внушающий человек последовательно использует несколько высказываний, с которыми его собеседник согласится и в конце перечисления произносится установка, которую нужно принять. Например: «Александр, ты работаешь в компании три года. Ты ценный сотрудник. Твой вклад в работу команды видит совет директоров. Когда надо было закрывать последний важный проект и оставаться после работы, ты всегда оставался. Сегодня нужно остаться».

Еще один метод суггестивного воздействия называется **импликация**. Суть импликации заключается в том, что послание, которое необходимо внушить, озвучивается как нечто само собой разумеющееся, не подлежащее сомнению. Например: «Во время нашей встречи на следующей недели Вы увидите...» (подразумевается, что встреча состоится).

Следующий метод – это **двойная связка**. Суть метода заключается в том, что человеку предлагается сделать выбор без выбора. Например: «Илья, когда ты выбросишь мусор, до того, как помоешь свою чашку или после?».

Одним из маркеров использования суггестивного внушения могут

быть яркие **образные слова**. Эти слова легко представить. Сила внушения зависит от яркости характеристик этих образных слов. Например: «Сегодня после работы в этот холодный промозглый осенний вечер я, пожалуй, пропущу стаканчик ароматного горячего обжигающего глинтвейна в нашем любимом баре».

Темп речи и тембр голоса тоже играют роль при внушении. Человек, использующий техники внушения, как правило, использует мягкие и доброжелательные интонации. Во время ключевых фраз тон голоса понижается и сохраняются внушительные паузы в кульминационных моментах. Слово можно превратить во внушение, выделив его из контекста, слегка изменяя тон голоса. В письменных текстах такое внушение обычно выделяется жирным шрифтом.

Анализ последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, строительство продуктивного взаимодействия с учетом этого

Анализ последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе играет ключевую роль в построении продуктивного взаимодействия. Это требует от каждого участника осознанного подхода к своему поведению и его влиянию на общую динамику группы. Успех командной работы зависит от способности членов команды к саморефлексии, готовности признавать и корректировать ошибки, а также умения адаптировать свои действия для достижения общих целей. Продуктивное взаимодействие строится на принципах взаимного уважения, открытого общения и гибкости в принятии решений, что позволяет учитывать разнообразие взглядов и интересов внутри группы.

Тема 7

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ

Эмоции и потребности тесно связаны с направленностью личности, определяя мотивационные и ценностные ориентации индивида. Эмоции являются психическими реакциями, отражающими отношение человека к окружающему миру и самому себе, влияя на его поведение и выбор. Они могут быть как положительными, так и отрицательными, испытываться с различной степенью интенсивности и играют ключевую роль в адаптации личности к изменяющимся условиям жизни.

Потребности представляют собой внутренние стимулы к деятельности, направленные на достижение определенных целей, которые обеспечивают удовлетворение физиологических и психологических требований организма. Они определяют мотивацию поведения, формируя стремление к удовлетворению основных жизненных потребностей и самореализации.

Направленность личности охватывает систему ценностей, интересов, установок и жизненных ориентиров, которые определяют выбор индивидом определенных целей и способов их достижения. Это комплексная характеристика, отражающая индивидуальные особенности взаимодействия человека с социальной средой и его внутренним миром.

Взаимодействие между эмоциями и потребностями играет решающую роль в формировании направленности личности. Эмоциональные переживания могут как стимулировать стремление к удовлетворению определенных потребностей, так и блокировать его, в зависимости от характера и интенсивности эмоций. Таким образом, анализ взаимосвязи между эмоциями и потребностями позволяет глубже понять механизмы мотивации поведения и направленности личности.

*Основные стратегии воздействия на человека: «императивная»,
«манипулятивная», «развивающая»*

Выделяют три стратегии психологического воздействия: императивную, манипулятивную, диалогическую [1]. Психологическое воспитательное воздействие имеет целью изменение потребностей, установок, отношений, способностей, деятельности, поведения и т.д. Необходимо обеспечить организацию такого рода воздействий, которые способствовали бы всестороннему развитию личности, т.е. формированию высоких нравственных качеств, творческого сознания и самосознания, стремления к постоянному совершенствованию. А.Г. Ковалев выделяет три стратегии психологического воздействия:

1. **«Императивная»** стратегия психологического воздействия ос-

новывается на представлении о психике человека как о пассивном объекте, подверженном влиянию внешних условий. Этот подход, получивший научное обоснование в бихевиоризме, используется там, где возможности выбора действий ограничены. Однако он не учитывает психические особенности и состояния, что делает его непригодным для применения в образовательной среде, а также в дружеских и семейных отношениях из-за риска негативных последствий.

2. «**Манипулятивная**» стратегия психологического воздействия основана на предположении о том, что человек по своей сути склонен к злу, аморальности, деструктивности и агрессии. Это представление о человеческой природе лежит в основе подхода, подразумевая необходимость контроля и направления человеческого поведения через манипуляции для достижения социальной гармонии и порядка.

3. Основой **развивающей стратегии** психологического воздействия является диалог. Эта стратегия является оптимальной при организации отношений между людьми в целом, а также при реализации задач обучения и воспитания. Она позволяет участникам общения активно участвовать в процессе, способствует лучшему пониманию и уважению мнений друг друга. Таким образом, диалогический подход стимулирует личностный рост и развитие критического мышления [4].

Манипуляция как один из видов психологического воздействия, используемых для достижения одностороннего выигрыша

Манипуляция – это психологическое воздействие на человека с целью изменить его мышление и поведение, склонить к нужным действиям, сформировать привязанность. Манипулятор с помощью простых приемов изменяет мнение и реакцию собеседника в нужную ему сторону.

Воздействовать на людей можно как для гуманных целей (развитие, избавление от вредных привычек, снятие напряжения), так и для целей эгоистических (контролировать ситуацию и человека, сделать его зависимым от себя, вызывать чувство вины, добиться действий).

Манипулятор не может отдавать прямые приказы, поскольку люди не будут слепо следовать его указаниям, поэтому он воздействует на них через просьбы, уговоры, обвинения или другие методы.

Некоторые должности предполагают умение манипулировать людьми, чтобы достичь необходимой цели в профессиональной деятельности. Психологам, тренерам, продавцам, управленцам невозможно выполнять свои обязанности без владения техникой манипуляций. Но когда манипуляции используются в личных или корыстных целях – это, безусловно, безнравственно. Более того, чревато для жертвы

манипуляций опасными последствиями: потерей своего мировоззрения, понижением самооценки, возникновением психических расстройств и тревожных состояний.

*Средства и механизмы манипулятивного воздействия:
многовекторность воздействия, психологическое давление,
психический автоматизм, эксплуатация личностных качеств
адресата*

1. **Манипулятивное влияние** характеризуется скрытностью и многогранностью подходов, включая отвлечение внимания адресата, фокусировку его внимания на конкретном содержании, уменьшение критического восприятия, повышение своего статуса в глазах адресата, и изоляцию его от влияния окружающих.

2. **Психологическое давление** достигается через использование стратегий, соответствующих целям воздействия, например, перехват инициативы, смена темы разговора, ограничение времени для принятия решений, самореклама, или упоминание о своих связях и возможностях, а также апелляция к мнению присутствующих.

3. **Проникновение в психику адресата** осуществляется через активацию его внутренних мотиваций и стремлений, которые могут быть связаны с самыми разными аспектами личности, от стремления к успеху до личных неуверенностей и интересов. Манипулятор может использовать эти «струны души» для длительного удержания внимания и влияния на адресата.

4. **Эксплуатация личностных качеств адресата** заключается в создании иллюзии самостоятельного принятия решений. Это достигается актуализацией внутренних устремлений человека, созданием конкуренции между мотивами и последующим изменением веса и важности этих мотивов, что направляет человека на действия, выгодные манипулятору.

Тема 8

ТРУДНОСТИ И ДЕФЕКТЫ ОБЩЕНИЯ

Причины нарушений в общении, субъективные и объективные трудности общения

На данный момент у многих людей в процессе общения возникают различные трудности. В период взаимодействия нескольких людей может возникать коммуникативный барьер между ними. Кроме этого, есть вероятность появления двустороннего или многостороннего осложнения отношений. Это связано обычно с темпераментами и такими личностными качествами собеседника как неискренность в общении, эгоизм и местами даже наглость. Такие трудности в общении с людьми естественным образом связаны с нервно-психическим состоянием индивида. Существуют отличия, принимающие во внимание уровень напряжения человека, тип создавшейся ситуации и другие моменты [12].

Темперамент представляет собой врожденную основу личности, характеризующуюся индивидуальными особенностями эмоциональной реактивности, активности и регуляции поведения. Физиологической основой темперамента является тип высшей нервной деятельности (далее – ВНД). Традиционно выделяют четыре типа темперамента: сангвинец, холерик, меланхолик и флегматик, каждый из которых обладает уникальным набором характеристик (рис. 2).

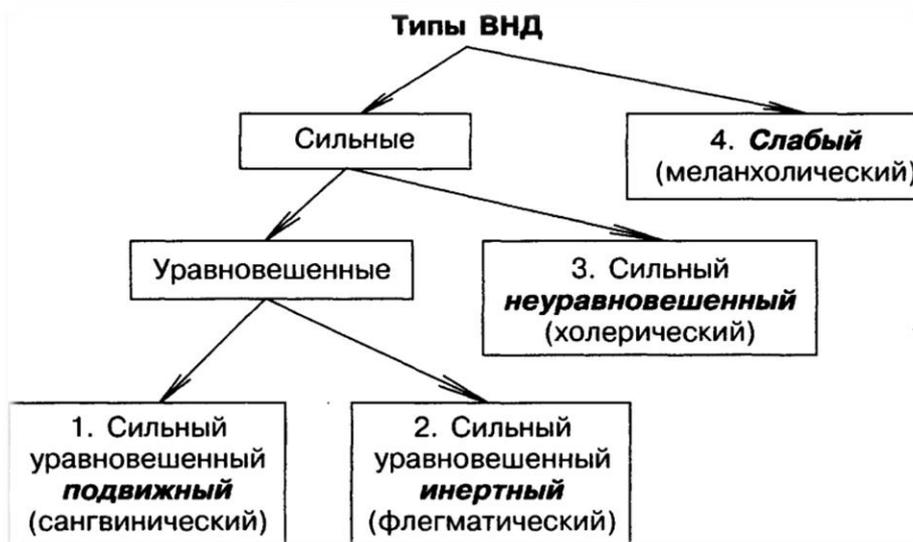


Рис. 2. Типы высшей нервной деятельности.

Сангвиники отличаются высокой степенью социализации, активностью и оптимизмом. Они легко адаптируются к новым условиям, быстро находят общий язык с людьми и способны к быстрому переключению с одного вида деятельности на другой.

Холерики проявляют значительную энергичность, целеустремленность и импульсивность. Они склонны к доминированию, проявлению лидерских качеств, но иногда могут быть нетерпеливыми и склонными к конфликтам.

Меланхолики характеризуются высокой эмоциональной чувствительностью, склонностью к размышлениям и анализу. Они могут быть очень творческими и продуктивными в спокойной обстановке, однако испытывают трудности при необходимости быстрого принятия решений или в условиях стресса.

Флегматики отличаются стабильностью, спокойствием и терпеливостью. Они надежны, последовательны в своих действиях и решениях, но иногда им не хватает гибкости и склонности к переменам.

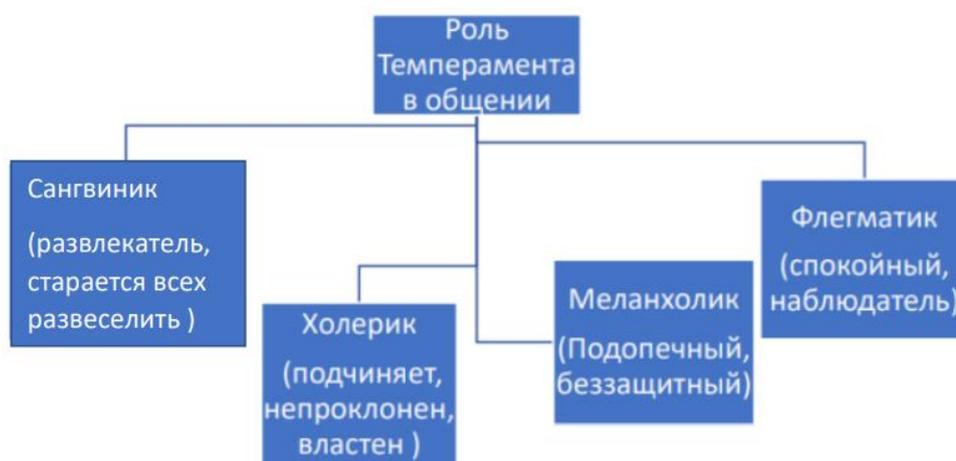


Рис. 3. Роль темперамента в общении

Понимание своего темперамента помогает индивиду лучше ориентироваться в своих сильных и слабых сторонах, регулировать свое поведение в конфликтных ситуациях, а также адаптировать свое поведение в соответствии с требованиями окружающей среды. Важно отметить, что темперамент не является неизменной характеристикой; жизненный опыт, обучение и развитие могут модифицировать его проявления.

В рабочих коллективах часто возникают ситуации сложного общения, которые могут приводить к острым конфликтам или скрытому недопониманию между сотрудниками, влияя на эффективность работы и атмосферу в команде. Эти трудности могут быть вызваны как объективными факторами, связанными с условиями трудовой деятельности и организационной структурой, так и субъективными аспектами, отражающими личностные особенности участников общения.

Объективные обстоятельства, такие как неясность в распределении обязанностей между отделами, могут предрасполагать к разногласиям и конфликтам, которые могут стать хроническими и вовлекать в себя

сотрудников независимо от их личностных качеств. Конфликтные ситуации возникают на фоне организационных несогласованностей, усугубляясь при взаимодействии людей с различными характерами.

Субъективные аспекты взаимодействия проявляются в индивидуальных реакциях на сложившиеся условия, в оценках и выборе стратегий поведения, которые зависят от личностных особенностей каждого участника. Таким образом, одни и те же объективные условия могут привести к различным исходам взаимодействия, подчеркивая значимость как внешних, так и внутренних факторов в динамике рабочих отношений.

Для того чтобы понять причины трудностей во взаимодействии и перейти к их преодолению, надо проанализировать объективные и субъективные аспекты их возникновения. Разделение объективного и субъективного аспектов в ситуации взаимодействия имеет важное практическое значение как для анализа возникающих трудностей и разногласий, так и для их преодоления. В том или ином конкретном случае важно учесть долю объективного, внесенного в общение самой производственной ситуацией, и субъективного, зависящего от участвующих во взаимодействии людей.

Распространенность трудностей общения в разных возрастах

В ходе исследования В.Н. Куницыной в 1991 г. с помощью различных психологических тестов были обследованы 490 старшеклассников петербургских школ. Получена следующая картина распространенности различных трудностей в юношеском возрасте.

На первом месте стоит **застенчивость** (от 25 до 35%) – она встречается чаще других трудностей. **Отчужденность** – на достаточно высоком уровне (19%), затем глубокая **интровертированность** (17%), **аутистичность** (15%), **чрезмерная сенситивность** (12%).

Достаточно велико было количество людей с личностными свойствами, снижающими их коммуникативную успешность и совместимость: лиц с пониженным самоуважением – 43%, высокоавторитарных – 36%, агрессивных и конфликтных – по 25%, истероидных – 11%.

Почти половина школьников (43%) крайне неудовлетворены общением и отношениями в близком кругу, испытывают острое чувство одиночества; последнее сопровождает все трудности в контактах и иногда отражает реальное положение вещей, то есть полное отсутствие друзей [21].

Застенчивость, интровертированность, аутистичность, отчужденность, повышенная сенситивность принадлежат к глубоко личностным

свойствам, они могут обостряться при неблагоприятных обстоятельствах и из субъективно ощущаемых трудностей превращаться в объективное препятствие для полноценных личностных контактов.

Трудности общения у взрослых часто связаны с такими факторами, как страх перед критикой, недостаток навыков активного слушания и низкая самооценка. Статистика показывает, что значительное количество взрослых сталкивается с проблемами в общении в профессиональной сфере и личной жизни. Например, исследования в области психологии труда и организационного поведения выявляют, что до 60% проблем в командной работе происходит из-за недопонимания или неправильного общения. Эффективное обучение коммуникативным навыкам и развитие эмоционального интеллекта могут значительно улучшить ситуацию.

*Застенчивость как специфическая трудность
межличностного общения. Типы застенчивости*

Застенчивость стала одним из наиболее частых и сложных явлений, влияющих на межличностные отношения в современном обществе. Изменения в социально-экономической сфере, сдвиги в ценностях и социальных ориентациях усиливают конфликты при установлении контактов и взаимном восприятии людей. Проблемы, возникающие при попытках знакомства, отрицательные эмоции во время общения, трудности в выражении личного мнения и избыточная сдержанность, часто являются проявлениями застенчивости.

Это явление обретает особую актуальность в условиях современного городского образа жизни, где плотность населения и необходимость постоянного взаимодействия делают коммуникацию особенно важной. Современные условия жизни, характеризующиеся высоким темпом, информационным перенасыщением и спецификой доступа к информации, оказывают значительное давление на психику человека, усугубляя такие личностные характеристики, как застенчивость, аутистичность и интроверсия. Эти черты могут усиливаться до уровня, когда они становятся серьезным препятствием для установления глубоких личностных контактов.

Застенчивость определяется как свойство личности, проявляющееся в затруднениях при неформальном межличностном общении, сопровождающееся нервно-психическим напряжением и разнообразными нарушениями в функционировании организма, такими, как изменения вегетативной системы, психомоторики, речи, а также эмоциональных, волевых и мыслительных процессов, и влияющее на самосознание индивида.

Большая часть авторов сходятся во мнении, что застенчивость определяется как наследственностью, так и условиями воспитания (Д. Дэниэлс, Р. Пломин). При этом выделяют ряд существенных факторов, влияющих на формирование застенчивости:

- порядок рождения детей в семье;
- доминирующий тип семейного воспитания;
- застенчивость родителей;
- собственно особенности нервно-психического развития ребенка.

Интересную типологию подростковой застенчивости, построенную на основе большой психотерапевтической практики, дают В.Л. Леви и Л.З. Волков. Они выделяют *три типа патологической застенчивости*.

1. **Шизоидно-интровертированная (конституциональная), стойкая и психотерапевтически наиболее неблагоприятная;** связана с изолированностью подростка в группе, его неконформным поведением, явлениями дисморфофобии, сокращением контакта с людьми («бегство от оценок»). Эта форма застенчивости наиболее близка к аутистичности, ее можно назвать аутистической застенчивостью.

2. **Псевдошизоидная застенчивость** возникает из-за физической или социальной неполноценности, физических дефектов (заикание, косоглазие, ожирение, смешное имя или фамилия и т.п.). С близкими и хорошо знакомыми людьми не проявляется. Лица с **псевдошизоидной застенчивостью** имеют неустойчивую самооценку и пытаются компенсировать свою застенчивость в форме анти- или сверхконформного поведения, часто демонстрируют «беззастенчивость от застенчивости» – развязность. **Псевдошизоидная застенчивость** – это поведение закомплексованного человека, явно компенсаторная беззастенчивость.

3. **Психастеническая застенчивость** характеризуется снижением уровня притязаний в старшем возрасте, отсутствием стремления к роли лидера, конформным поведением. Запущенная застенчивость может принимать различные формы бегства, в том числе и форму пристрастия к алкоголю.

Определение приоритетов собственной деятельности

Определение приоритетов собственной деятельности с психологической точки зрения включает осознание своих ценностей, целей и ресурсов. Этот процесс помогает индивиду сфокусироваться на задачах, которые способствуют достижению личностного роста и удовлетворения. Психологи подчеркивают важность самоанализа и рефлексии для эффективного управления временем и энергией. Приоритизация задач

также требует умения говорить «нет» нерелевантным задачам и обязанностям, отвлекающим от основных целей.

Для оптимизации личной деятельности важно применять стратегический подход к определению приоритетов, включающий анализ и категоризацию задач на основе их срочности и значимости. Применение матрицы Эйзенхауэра [20] способствует эффективной организации задач по степени их влияния на достижение целей. Разработка детализированного плана действий с последующим его исполнением обеспечивает систематическое продвижение к целям. Регулярный пересмотр приоритетов позволяет адаптироваться к изменяющимся условиям и оптимизировать личную эффективность.

Тема 9

ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТНОГО КОНФЛИКТА

Понятие межличностного конфликта в психологической науке

Межличностные конфликты возникают между отдельными людьми из-за различий в их социальном и психологическом взаимодействии. Причины таких конфликтов могут быть как социально-психологическими, так и личностными [27, с. 688]. К первым относятся проблемы с передачей и восприятием информации, несбалансированные ролевые отношения, различия в оценках действий и характеристик друг друга, а также напряженность в отношениях и стремление к доминированию. Ко вторым можно отнести психологическую несовместимость участников, что часто приводит к конфликтам на личностном уровне.

Функции межличностного конфликта

К **конструктивным функциям** относят:

- а) **познавательную** (появление конфликта выступает как симптом неблагоприятных отношений и проявления возникших противоречий);
- б) **функцию развития** (конфликт является важным источником развития его участников и совершенствования процесса взаимодействия);
- в) **инструментальную** (конфликт выступает как инструмент разрешения противоречий);
- г) **перестроющую** (конфликт снимает факторы, подтачивающие существующие межличностные взаимодействия, способствует развитию взаимопонимания между участниками).

Деструктивные функции конфликта связаны:

- а) с разрушением существующей совместной деятельности;
- б) с ухудшением или развалом отношений;
- в) с негативным самочувствием участников;
- г) с низкой эффективностью дальнейшего взаимодействия и др.

Основные признаки конфликтного общения.

Классификация конфликтов и их характеристика

Отличительные особенности межличностного конфликта:

1. Противоборство людей происходит непосредственно, здесь и сейчас, на основе столкновения их личных мотивов. Соперники сталкиваются лицом к лицу.
2. Проявляется весь спектр известных причин: общих и частных, объективных и субъективных.

3. Межличностные конфликты для субъектов конфликтного взаимодействия являются своеобразным полигоном проверки характеров, темпераментов, проявления способностей, интеллекта, воли и других индивидуально-психологических особенностей.

4. Отличаются высокой эмоциональностью и охватом практически всех сторон отношений между конфликтующими субъектами.

5. Затрагивают интересы окружения.

Причины возникновения конфликтов

Конфликты в общении могут возникать из-за различий в ценностях и целях участников. Если интересы одного направлены на материальные блага, а другого – на духовные аспекты жизни, то основа для конфликта уже заложена. Если кто-то ориентируется на ценности сущего, а другой – на ценности должного, если один, к примеру, стоит на защите позиции принципиального ненасилия и добра, а другой постоянно и беспринципно выступает за выгодные компромиссы, то гармонии в ценностной сфере, можно сказать, уже нет. Конфликты могут возникать и тогда, когда один партнер ориентирован в своем поведении и общении на ценность долга, а другой на ценность удовольствия и т.д.

Во-вторых, конфликты в общении возникают из-за дисгармонии потребностей, мотивов (моральных, аморальных, внеморальных), психических и моральных качеств, антипатии, «несходства характеров», непонимания индивидуальных особенностей партнеров по общению, психологических (истеричность, несдержанность, агрессивность, неуравновешенность и др.), моральных (эгоистичность, нетерпимость, необязательность, жестокость, чванство, корыстолюбие, косность, высокомерность, снобизм, лживость, бестактность, наглость и др.) и национальных предрассудков.

В-третьих, возникновение конфликтов возможно из-за несоответствия стиля, манеры, этических норм и правил общения (вследствие разного воспитания и биосоциальных особенностей человека у него формируются определенные стереотипы общения, которые рано или поздно приводят к формированию явных противоречий и, возможно, конфликтов).

В реальном общении, конечно же, все разновидности причин, вызывающие конфликты, самым тесным образом переплетаются в комплексные причины, структура которых зависит от самых разных обстоятельств, объективного и субъективного характера. Но и в этом многообразии своеобразной «лакмусовой бумажкой» является соблюдение условия признания и сохранения неприкосновенности человеческого достоинства.

Структура и динамика конфликта

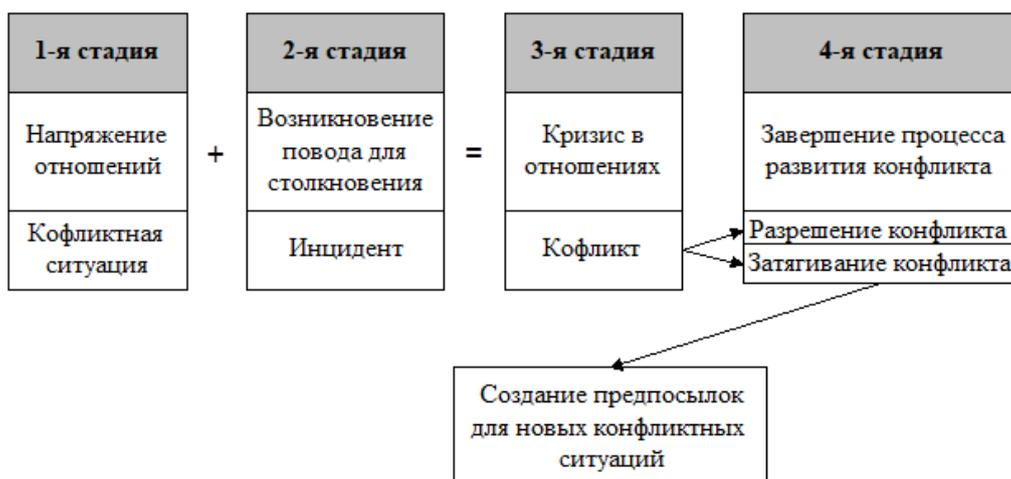


Рис. 4. Стадии межличностного конфликта

Началом конфликта выступает инцидент, т.е. действия оппозиционных сторон, направленные на достижение их целей. Инцидент характеризуется осознанием конфликтной ситуации и переходом к непосредственной активности. Однако нельзя приравнивать осознание конфликтной ситуации к инциденту, так как оно не является инцидентом, но инцидент из нее вытекает. Таким образом, конфликт представляет собой следствие накладывания инцидента на конфликтную ситуацию.

Развиваясь по определенным закономерностям, **конфликт** имеет свою динамику, в которой выделяют четыре основных стадии:

1. **Возникновение объективной конфликтной ситуации.** Эта ситуация – так называемая стадия потенциального конфликта – не сразу воспринимается людьми адекватно.

2. **Осознание объективной конфликтной ситуации или осознание конфликта** (все участники конфликта воспринимают ситуацию как трудноразрешимую). В это время происходит осознание противоречий. Причем последние могут быть не только объективными, реально существующими, но и субъективными, т.е. мнимыми, реально не присутствующими. Поэтому конфликт может быть понят по-разному: адекватно понятый конфликт, когда стороны правильно понимают существующую объективную конфликтную ситуацию; неадекватно понятый конфликт, когда стороны воспринимают существующую объективную конфликтную ситуацию как таковую, но с какими-либо отклонениями; не понятый конфликт, т.е. объективная конфликтная ситуация существует, но не воспринимается как таковая; ложный конфликт (здесь объективная конфликтная ситуация отсутствует, но стороны воспринимают свои отношения как конфликтные).

3. **Конфликтные действия**, или **переход к конфликтному поведе-**

нию. На этом этапе конфликтное поведение направлено на блокирование достижений противоположной стороны, ее стремлений, целей, намерений. При этом деструктивный конфликт характеризуется стремлением участников унижить друг друга, конструктивный же – конфликтными действиями, не выходящими за рамки делового контакта, а также поиском возможных путей выхода из конфликта. Это наиболее острая, динамичная стадия, которая вся наполнена конфликтным содержанием: конфликт обостряется эмоциональным фоном, т. е. чувствами, которые в свою очередь подталкивают людей к конфликтным действиям, – обратное действие.

При вступлении в конфликт каждая из сторон имеет гипотезу об интересах оппонента, причинах его вступления в конфликт. Затем в ходе самого конфликта эти интересы и причины проясняются окончательно, становятся очевидными силы противника и возможные последствия конфликта. В этой фазе когнитивная функция отрезвляет противника, ставит под сомнение правомерность конфликта, и тогда проявляются предпосылки для его разрешения.

4. Разрешение конфликта. Оно возможно за счет изменения объективной конфликтной ситуации или за счет трансформации образов этой конфликтной ситуации, имеющих у оппонентов. Разрешение конфликта может быть частичным (исключение конфликтных действий, однако побуждение к конфликту все же остается) и полным (конфликт устраняется на уровне внешнего поведения и на уровне внутренних побуждений).

Основные стратегии поведения в конфликте и пути его разрешения в профессиональной деятельности

Главным способом успешного разрешения конфликта является желание сторон (или человека, если речь идет о внутриличностном конфликте) разрешить этот конфликт, положительная оценка возможности достижения соглашения, совместная деятельность (это было показано еще в экспериментах М. Шерифа с коллегами в 1940–1950-х гг., когда они изучали межгрупповые конфликты в школьном летнем лагере. Школьники разделялись на две команды, и между ними специально нагнеталась конфликтная обстановка. Конфликт прекратился, когда обе команды были включены в совместную деятельность).

В целом, и в рамках конфликтологического, и психологического подхода, можно выделить следующие способы разрешения конфликтов:

Избегание – это тактика, при которой стороны стараются избежать прямого столкновения интересов, что может временно снизить напряженность, но не решает основную проблему. В результате все равно

необходимо вернуться к сути конфликта и найти оптимальное решение.

Соперничество – это стратегия, которая подразумевает отстаивание собственных интересов в ущерб интересам собеседника. Это означает, что человек уверен в своей правоте и хочет единолично одержать победу в споре. Основные действия, которые будет предпринимать в соперничестве человек: жесткий контроль поведения оппонента, давление и применение уловок, провокации и манипуляции, нежелание вступать в конструктивный диалог. Такой метод разрешения конфликтов имеет больше недостатков, чем преимуществ, и совсем не подойдет, если вы хотите сохранить отношения с собеседником.

Приспособление – это полная противоположность стратегии соперничества, которая характеризуется безоговорочным принятием позиции конфликтера. Человек убирает свои потребности и желания на задний план, чтобы не допустить конфликтной ситуации. Обычно так поступают люди с заниженной самооценкой и не умеющие отстаивать свою позицию. Для них характерны следующие действия: согласие с требованиями конфликтера, отсутствие претензий и проявление лести. Такая тактика может быть применима в тех случаях, когда предмет конфликта не имеет для вас особого значения и вы хотите сохранить конструктивные отношения.

Компромисс – это тактика, при которой каждая из сторон готова пойти на некоторые уступки для достижения общего решения, что позволяет более эффективно разрешить конфликт, находя баланс между различными интересами.

Сотрудничество. Субъект конфликта стремится разрешить ситуацию таким способом, чтобы полностью удовлетворить свои потребности и оппонента, т.е. найти такое решение, которое будет выгодно всем. Для такой тактики свойственно анализировать предмет конфликта, рассчитывать ресурсы участников, чтобы отыскать общую выгоду, внимательно выслушать позицию собеседника. Данная стратегия имеет практически одни преимущества – способствует развитию доверия и долгосрочных межличностных отношений, принятию взаимовыгодных решений. Но не во всех конфликтах можно полностью удовлетворить основные желания каждого участника, в таком случае принцип сотрудничества только усложнит ситуацию.

Компромисс и сотрудничество являются ключевыми стратегиями разрешения конфликтов, но они отличаются по своей сути и результатам. Компромисс подразумевает, что каждая из сторон делает уступки, чтобы достичь соглашения, часто приводя к решению, которое полностью не удовлетворяет ни одну из сторон. С другой стороны, сотрудничество стремится к нахождению решения, которое будет выгодно всем сторонам, позволяя им работать вместе для достижения общей

цели. Теоретические работы в области социальной психологии и конфликтологии, такие как труды С.Л. Рубенштейна и Г.М. Андреевой [2; 34], подчеркивают важность сотрудничества для создания более глубоких и устойчивых межличностных отношений по сравнению с компромиссным подходом, который может рассматриваться как более поверхностное и временное решение.

Наиболее конструктивные способы – это те, в которых присутствует диалог, – переговоры, медиаторство, психотерапия (как организация диалога с самим собой). Тактика агрессии и избегания могут быть тоже эффективны в определенных случаях.

Тема 10

Психология деловой беседы

Понятие деловой беседы, ее структура и характеристика основных ее компонентов. Основные требования к подготовительному, основному и заключительному этапам ведения деловых бесед

Деловая беседа – это осмысленное стремление одного человека или группы людей посредством слова вызвать желание у другого человека или группы людей к действию, которое изменит хотя бы одну из сторон какой-либо ситуации или установит новые отношения между участниками беседы [34, с. 720].

Деловые беседы означают устный контакт между партнерами (собеседниками), которые имеют необходимые полномочия со стороны своих организаций для их проведения и разрешения конкретных проблем.

Структура деловой беседы

1. Подготовка к беседе. Подготовка к беседе включает составление плана беседы на основе установления основных задач беседы, поиска подходящих путей для решения этих задач, анализа внешних и внутренних возможностей осуществления плана беседы, прогноза возможного исхода беседы, сбора необходимой информации о будущем собеседнике, отбора наиболее веских аргументов для защиты своей позиции, выбора наиболее подходящей стратегии и тактики общения.

2. Установление времени и места для деловой встречи может зависеть от иерархических позиций участников. Позиция лидера может выражаться приглашением: «Жду Вас в 16 часов у себя в кабинете», хотя на территории другой стороны такое утверждение может быть неуместным. Позиция запроса выражается как просьба о встрече: «Мне было бы полезно посоветоваться с вами; когда и куда мне подъехать?». Позиция равноправного диалога звучит так: «Нам нужно обсудить некоторые вопросы. Давайте определим удобное для обоих время и место».

3. Начало беседы включает **встречу** и **вступление в контакт**. Тип контакта дружелюбно, нейтрально, агрессивно устанавливается еще до первых слов, в зависимости от того, как вошел человек, какова его поза, взгляд, интонации первых фраз. Соответственно «встреча гостя» может осуществляться по-разному.

4. Постановка проблемы и передача информации. Постановка цели беседы может быть различной:

– цель может быть поставлена как проблема (обсудить проблему, пригласить к выработке ее решения), в этом случае ответственность за решение проблемы распределяется на обоих собеседников;

– цель беседы может быть поставлена как задача, тогда человек ответственен лишь за выполнение задания, а будет ли тем самым решена сама проблема – это его может и не волновать;

– порой умышленно или неумышленно в беседе осуществляется манипулирование собеседником, например, цель беседы поставлена внешне как проблема, но сама проблемная ситуация описывается так, что подталкивает другого человека к определенному единственному решению, т.е. вроде бы ответственность за решение проблемы разделяют двое, хотя способ решения задан лишь одним человеком.

5. Фазы поиска приемлемого или оптимального решения, а затем принятия окончательного решения могут осуществляться в стиле сотрудничества, равноправия и взаимной ответственности, либо в форме авторитарного принятия решения одним из партнеров и добровольным, либо вынужденным согласием. Не проявляйте неуверенности в фазе принятия решений. Если вы колеблетесь, то не удивляйтесь, если начнет колебаться и собеседник. Сохраняйте спокойствие, умение анализировать исходя из своих позиций. Всегда оставляйте в запасе один сильный аргумент, подтверждающий ваш тезис.

6. Фиксация договоренности и выход из контакта – заключительный этап беседы. Итоги беседы должны быть резюмированы, полезно даже сделать записи о сути решения в рабочий блокнот в присутствии партнера или даже составить официальный протокол решения. Полезно установить конкретные сроки, способ информирования друг друга о результатах намеченных действий. Поблагодарите собеседника, поздравьте его с достигнутым решением. Выход из контакта осуществляется вначале невербально – изменяется поза, человек отводит глаза, встает – и завершается речевым прощанием.

Классификация деловых бесед

Беседы различаются по длительности, форме, содержанию, цели. Все цели перечислить невозможно, но по содержанию различают беседы:

- информационного характера;
- дисциплинарного характера;
- связанные с поручением задания;
- связанные с контролем выполнения задания;
- направленные на разрешение конфликтной ситуации;
- неформального характера для улучшения психологического климата;
- обращения с просьбой к руководителю;
- при приеме на работу и увольнении.

Проведение всех видов вышеперечисленных деловых бесед непо-

средственно связано с этикой деловых отношений, даже таких, которые на первый взгляд кажутся этически нейтральными, например, бесед информационного характера, поскольку информация бывает разная, и нужно думать, как ее преподнести.

Содержание деловой беседы при приеме на работу

Особое значение деловые беседы приобретают при приеме на работу. А.А. Романов в книге «Грамматика деловых бесед» выделяет 8 основных вопросов, которые должен задать руководитель и на которые должен ответить претендент на должность:

1. Что вы за человек?

Руководитель-интервьюер просит претендента рассказать о себе, он хочет знать о кандидате как можно больше.

2. Почему вы ищете работу?

Для руководителя важно понять причины поиска новой работы, логичность ее обоснования.

3. Чем вы можете быть полезны?

Руководитель выяснит, насколько поступающий в курсе дел организации, в которой он хочет работать.

4. Каковы ваши сильные стороны?

Необходимо, чтобы претендент подтвердил наличие названных качеств примерами из своей практической деятельности, повседневной жизни. Целесообразно предложить ему описать свое поведение в одной из конфликтных ситуаций в вашей организации.

5. Каковы ваши слабые стороны?

Этот вопрос позволяет выяснить, насколько кандидат на вакантное место искренен, психологически уравновешен, умеет извлекать уроки из своих ошибок.

6. Каким, на ваш взгляд, должен быть начальник?

Осторожно нужно отнестись к ответам, в которых претендент стремится показать свою покладистость, бесконфликтность

7. Каковы ваши самые сильные достижения?

Если кандидат не способен назвать хотя бы один значительный успех, то вряд ли он готов к серьезной и ответственной работе.

8. На какую зарплату вы можете рассчитывать?

Если претендент занижает сумму своего вознаграждения, то это нередко свидетельствует о его неуверенности в своей квалификации. Если же кандидат предлагает высокий уровень оплаты, то это может говорить о его завышенной самооценке, отсутствии чувства реальности. Серьезный кандидат, как правило, называет нижнюю и верхнюю границы оплаты [33].

Психологические рекомендации по повышению эффективности деловых бесед

Три основных фактора, влияющих на эффективность переговоров:

1. Знание общих закономерностей переговорного процесса.
2. Наличие у участников профессиональной компетентности, опыта, навыков организации и проведения переговоров. Для участников важна не только профессиональная компетентность, но и личностные, и деловые качества.
3. Соблюдение психологических условий. Хорошие навыки вербальной и невербальной коммуникации. Знание и применение психологических приемов, повышающих эффективность переговорного процесса.

Искусство ведения деловых переговоров требует высокого уровня профессиональной компетентности, знаний в области психологии делового общения, делового этикета и коммуникации, навыков проведения переговорного процесса. Мастерство вести переговоры приходит с опытом, практикой, умением учиться на своих и чужих ошибках, целеустремленностью.

Тема 11

ПСИХОЛОГИЯ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА

Переговоры как разновидность общения.

Общая характеристика переговоров: сущность, виды, функции

Стороны приходят к пониманию необходимости переговоров тогда, когда конфронтация не дает результатов или становится невыгодной. Выделяют два вида переговоров: ведущиеся в рамках конфликтных отношений и в условиях сотрудничества [36, с. 592]. Переговоры, ориентированные на сотрудничество, не исключают того, что у сторон могут появиться серьезные разногласия и на этой почве возникает конфликт. Возможна и противоположная ситуация, когда после урегулирования конфликта, бывшие соперники начинают сотрудничать. Переговоры нужны для принятия совместных решений. Каждый участник переговоров сам решает, соглашаться или нет на то или иное предложение. Совместное решение – это единое решение, которое стороны рассматривают как наилучшее в данной ситуации. Переговоры не нужны, если противоречие можно преодолеть на основе законодательных или иных нормативных актов. Однако многие вопросы легче, дешевле и быстрее решать не через судебные инстанции, а путем переговоров. Существуют различные подходы к классификации переговоров. Один из них основывается на выделении различных целей их участников.

Переговоры о продлении действующих соглашений. Например, временного соглашения о прекращении военных действий.

Переговоры о нормализации. Проводятся с целью перевода конфликтных отношений к более конструктивному общению оппонентов. Часто проводятся с участием третьей стороны.

Переговоры о перераспределении. Одна из сторон требует изменений в свою пользу за счет другой. Эти требования, как правило, сопровождаются угрозами наступающей стороны.

Переговоры о создании новых условий. Их целью является формирование новых отношений, заключение новых соглашений.

Переговоры по достижению побочных эффектов. Решаются второстепенные вопросы (демонстрация миролюбия, уяснение позиций, отвлечение внимания и т.д.).

В зависимости от того, какие цели преследуют участники переговоров, выделяются различные функции переговоров:

- ***информационная*** (стороны заинтересованы в обмене взглядами, но не готовы по каким-либо причинам на совместные действия);
- ***коммуникативная*** (налаживание новых связей, отношений);
- ***регуляции и координации действий***;

- **контроля** (например, по поводу выполнения соглашений);
- **отвлечения внимания** (одна из сторон стремится выиграть время для перегруппировки или наращивания сил);
- **пропаганды** (позволяет одной из сторон показать себя в выгодном свете в глазах общественности);
- **провокаций** (одна из сторон идет на переговоры, чтобы вселить надежду у оппонента на решение проблемы, успокоить ее).

Динамика и основные этапы переговорного процесса

Переговоры как сложный процесс, неоднородный по своим задачам, состоит из нескольких этапов: подготовки к переговорам, процесса их ведения, анализа результатов, а также выполнения достигнутых договоренностей.

Переговоры начинаются задолго до того, как стороны сядут за стол. Фактически они начинаются с того момента, когда одна из сторон (или посредник) выступит инициатором проведения переговоров и участники начинают подготовку к ним. От того, как будет проведена подготовка, во многом зависит будущее переговоров и принятых на них решений. Подготовка к переговорам ведется по двум направлениям: организационному и содержательному.

К организационным моментам подготовки относят: формирование делегации, определение места и времени встречи, повестки дня каждого заседания, согласование с заинтересованными организациями касающихся их вопросов. Большое значение имеет формирование делегации, определение ее главы, количественного и персонального состава.

Кроме организационных вопросов очень важна проработка основного содержания переговоров. Имеются в виду:

- анализ проблемы (альтернативы решения);
- формулирование общего подхода к переговорам, целей, задач и собственной позиции на них;
- определение возможных вариантов решения;
- подготовка предложений и их аргументация;
- составление необходимых документов и материалов.

Собственно переговоры начинаются с того момента, когда стороны приступают к обсуждению проблемы. Для того чтобы ориентироваться в ситуации переговоров, необходимо хорошо понимать, что представляет собой процесс взаимодействия при ведении переговоров, из каких этапов он состоит. Можно говорить о трех этапах ведения переговоров:

- уточнение интересов, концепций и позиций участников;
- обсуждение (обоснование своих взглядов и предложений);
- согласование позиций и выработка договоренностей.

На первой стадии необходимо выяснить точки зрения друг друга и обсудить их. Можно рассматривать переговоры как процесс снятия информационной неопределенности путем постепенного уяснения позиций друг друга.

Вторая стадия процесса переговоров, как правило, направлена на то, чтобы максимально реализовать собственную позицию. Она особенно важна, если стороны ориентируются на решение проблем путем торга. При обсуждении позиций существенное значение приобретает аргументация, которая обычно показывает, на что та или иная сторона может пойти и почему, на какие уступки согласиться.

На третьей стадии выявляются фазы согласования позиций: сначала общая формула, затем детализация. Под детализацией понимают разработку окончательного варианта готового решения (в том числе какого-либо документа).

Заключением в переговорах является анализирование результата переговоров и выполнение договоренностей. Эффективностью переговоров является подписание документа сторонами. Переговоры являются состоявшимися, когда обе стороны высоко оценили результат.

Другой важнейший показатель успешности переговоров – степень решения проблемы. Успешные переговоры предполагают решение проблемы, однако участники могут по-разному видеть, насколько проблема решена.

Третий показатель успешности переговоров – выполнение обеими сторонами взятых на себя обязательств. Переговоры закончились, но взаимодействие сторон продолжается. Предстоит выполнение принятых решений. В этот период складывается представление о надежности недавнего оппонента, о том, насколько строго он следует договоренностям.

Тактические приемы ведения переговоров и психологические условия успеха на переговорах

Существует ряд психологических условий, которые повышают шансы на успех при решении межличностных конфликтов посредством переговоров.

1. Решающее влияние на успешность переговоров оказывает личностный фактор. Среди личностных качеств и свойств, способствующих конструктивному проведению переговоров, обычно называют высокие моральные качества, ровный характер, развитые ораторские способности, нервно-психическую устойчивость, толерантность, нестандартное мышление, решительность, скромность, профессионализм и корпоративное чувство.

2. Успех переговорного процесса во многом зависит от деятельности посредника-медиатора (если он привлекается для разрешения проблемы). Это особенно важно, когда посредник имеет дело с длительным и сложным межличностным конфликтом.

3. Мужчины демонстрируют более высокую удовлетворенность собой и процессом переговоров с партнером противоположного пола. При переговорах в однополой паре (мужчина-мужчина) они меньше удовлетворены собой и процессом, но зато более удовлетворены достигнутыми соглашениями.

4. Успех на переговорах во многом зависит от учета национальных особенностей партнера, его стиля ведения переговоров.

5. Социально-психологическая эффективность переговоров отличается в диадах и триадах. В диадах, состоящих из двух участников, коммуникация обычно более прямая и фокусированная, что может способствовать более глубокому пониманию и быстрому достижению согласия.

Однако в триадах динамика переговоров усложняется из-за возможности возникновения коалиций и изменения баланса сил. Это может как способствовать нахождению более комплексных и творческих решений за счет разнообразия точек зрения, так и привести к затягиванию процесса из-за необходимости согласования мнений всех участников.

Важным психологическим условием успеха на переговорах является грамотное применение техники и тактики аргументирования.

Аргументация (от лат. *argumentatio* – суждение) – это способ убеждения оппонента (в том числе в ходе переговоров) посредством значимых логических доводов. Она требует больших знаний, концентрации внимания, присутствия духа, напористости и корректности высказываний, при этом ее результат во многом зависит от собеседника. Для того чтобы аргументация была успешной, необходимо знать технику и тактику аргументирования и умело их применять на практике.

Влияние личностного фактора на результат переговорного процесса

Обращаясь к вопросу о том, как личностные особенности могут проявляться в ходе переговорного процесса, какие здесь существуют показатели, следует отметить, что, во-первых, довольно сложно выделить «чисто» личностный компонент. Как правило, он накладывается на многие другие особенности конкретных переговоров. Во-вторых, проявление личности многообразно и может реализовываться, например, в большей ориентации на торг или на совместный с партнером анализ проблемы, в использовании различного соотношения способов подачи позиции, в наиболее часто употребляемых тактических приемах, характере аргументации и т.д.

Одним из значимых проявлений личности являются установки участников переговоров. Они могут быть двух типов в зависимости от ориентации на ситуацию или на межличностные взаимоотношения. Участники переговоров, ориентированные главным образом на ситуацию, действуют, мало обращая внимание на то, какими личностными особенностями обладает их партнер. Они склонны видеть в переговорном процессе больше объективную сторону: соотношение сил, параметры ситуации и т.д. Другие люди, напротив, – придают большое значение именно межличностным отношениям с партнером. Здесь, в свою очередь, выделяются те, кто ориентирован на сотрудничество и ждут аналогичного поведения от партнера (значительная ориентация на совместный с партнером анализ проблемы) и те, кто предпочитает конкурентные отношения с противоположной стороной, т.е. в большей степени ориентированы на торг.

Другой личностный показатель – соотношение эмоциональной и когнитивной сфер – является близким к предыдущему в том плане, что отражает не только личностные, но и национальные особенности. Как отмечалось выше, аргументация может носить оценочный или причинно-следственный характер. Соответственно, в первом случае большую роль играет эмоциональная сфера, во втором – когнитивная.

Тема 12

ОБЩЕНИЕ С МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ

*Стили и модели общения с массовой аудиторией:
активного взаимодействия, авторитарная, гиперрефлексивная,
гипорефлексивная, дикторская и т.д.*

В мире, где каждое слово может быть услышано миллионами, понимание стилей и моделей общения с массовой аудиторией становится искусством, способным объединять или разделять, вдохновлять или демотивировать. Рассмотрим несколько ключевых стилей общения, которые используются для взаимодействия с широкой аудиторией.

Активного взаимодействия. Стиль активного взаимодействия подразумевает двустороннюю коммуникацию, где аудитория не просто пассивный слушатель, но и активный участник. Это создает ощущение вовлеченности и значимости каждого голоса. Это напоминает разговор с другом.

Авторитарная модель. Здесь общение одностороннее; профессор передает знания, а аудитория их познают. Этот стиль подходит для ситуаций, где важно четко и ясно передать информацию без отвлечения на дискуссии.

Гиперрефлексивная модель. В общении с массовой аудиторией это выражается в постоянном самоанализе и корректировке своего сообщения в зависимости от реакции аудитории. Это может создать глубокую связь, но также может отвлечь от основного сообщения из-за чрезмерной заикленности на деталях.

Гипорефлексивная модель. Здесь минимум самоанализа; сообщение передается интуитивно и спонтанно. Этот стиль может быть освежающим и подлинным, но также несет риск быть непонятым или недооцененным из-за отсутствия структуры.

Дикторская модель. Этот стиль общения предполагает полное отсутствие личного участия; фокус на фактах и данных. Это может быть эффективно в определенных контекстах, но также может казаться отстраненным или даже холодным.

*Основные компоненты продуктивного способа общения:
ориентировка в целях и мотивах общения, ориентировка в специфике
аудитории, ориентировка во временных, пространственных
и иных условиях общения*

Выходя на трибуну и начиная свое выступление перед слушателями, лектор, как и любой человек, вступающий в общение, должен осуществить предречевую ориентировку, чтобы выбрать оптимальный

способ общения. Она складывается из следующих основных компонентов:

1. Ориентировка в целях и мотивах общения.
2. Ориентировка в собеседниках, т. е. в специфике аудитории.
3. Ориентировка во временных, пространственных и т.п. условиях общения.

Говоря о первом виде ориентировки, отметим, что бывают три социально-психологические ситуации, когда общение с аудиторией – при прочих равных условиях – оказывается наиболее эффективным и когда потребность аудитории в общении с лектором наиболее остра [2, с. 290].

Рассматривая *потребности (мотивы) лекционного общения* в самом общем плане, можно выделить следующие их виды. Это, во-первых, мотивы, связанные с объектом и целью взаимодействия, т. е. определяемые единством социальной деятельности. Типичный пример таких лекций – научно-техническая пропаганда, скажем, выступление передовика производства перед товарищами по профессии. Результатом общения, его непосредственным эффектом здесь является изменение в деятельности группы.

Во-вторых, это – *мотивы собственно познавательного плана*, направленные либо непосредственно на удовлетворение желания узнать что-то интересное или важное, либо на дальнейший выбор способа поведения, способа действия. Значительная часть лекций, особенно публичных, относится именно к такому типу общения (например, лекции об истории советского кинематографа, о выборе профессии).

Следующий, третий вид мотивов – это *мотивы социального плана*, связанные с интересами и целями общества в целом, определенной социальной группы, входящей в его состав, и человека как члена общества, члена группы.

Наконец, четвертый вид мотивов лекционного общения – *мотивы личностные*, в частности, не имеющие непосредственной связи с самой лекцией.

Теперь остановимся на втором компоненте предречевой ориентировки – на специфике аудитории, собеседника. Типичный для лично ориентированного (вообще для межличностного) общения случай, когда, вступая в общение, уже кое-что знаешь о своем собеседнике, имеешь представление об особенностях его личности и характера, объеме его знаний, круге интересов и мотивов поведения. Начиная разговор, вы уточняете свою «модель собеседника», вносите в нее необходимые коррективы. Межличностное общение (если только оно не формальное) можно представить как своего рода бесконечный разговор, длящийся месяцами и годами и лишь на время прерывающийся. Вступая в беседу со своим знакомым, вы как бы продолжаете разговор,

начатый ранее.

Когда имеешь дело с живой аудиторией, происходит двусторонняя связь оратора со слушателями. Если выступление представляет для аудитории интерес, и она живо реагирует на него, если оратору удастся захватить своих слушателей и установить с ними обратную связь, такая связь служит не только для контроля за восприятием лекции. Чувствуя поддержку и одобрение аудитории, оратор черпает в ней уверенность, воодушевленность, начинает говорить еще лучше, выразительнее и убедительнее. В этом огромное преимущество живой аудитории, которое особенно ярко проявляется в огромной силе воздействия митинговых речей, произносимых перед многотысячной толпой.

В живой массовой аудитории активизируется механизм взаимного «заражения» эмоциями слушателей. Реакция зала двойственна: если слушатели начинают зевать, зевота быстро распространяется по залу, но, если лектору удастся заинтересовать аудиторию, эта заинтересованность также мгновенно передается тем, кто в других условиях остался бы равнодушным. В едином коллективе слушателей каждый из них как бы подвергается групповому давлению, его индивидуальное критическое отношение к происходящему снижается, он поддается общему настроению. Это и затрудняет, и в то же время облегчает работу оратора, в частности лектора. Например, в большинстве случаев достаточно подчинить себе внимание части аудитории, чтобы заставить всю аудиторию слушать.

*Особенности опосредованного общения с массовой аудиторией.
Специфика общения с теле- и радио аудиторией*

Массовые коммуникации – это систематическое распространение при помощи специализированных технических устройств сообщений среди численно большой рассредоточенной аудитории с целью воздействия на оценки, мнение и поведение людей. Общение – основа основ в деятельности любого журналиста, работающего как в печатной, так и электронной журналистике [17].

Массовые коммуникации как разновидность общения, безусловно, обладают определенными специфическими особенностями, которые накладывают свой отпечаток на сам процесс общения и на его структурные компоненты. Структурные компоненты массовых коммуникаций выделил еще в 40-е гг. XX в. один из основоположников изучения массовой коммуникации известный американский исследователь Г. Лассуэлл (1902–1978), автор популярной «модели пяти вопросов». По его мнению, для описания коммуникативного акта в СМИ необходимо ответить на следующие пять вопросов:

1. Кто? (передает сообщение) Коммуникатор.
2. Что? (передается) Сообщение.
3. Как? (осуществляется передача) Канал.
4. Кому? (направлено сообщение) Аудитория.
5. С каким эффектом? Эффективность.

Суть процесса общения заключается в обмене личностными установками, взглядами, впечатлениями, интеллектом, опытом, энергией, и «чем больше в процесс коммуникации вовлечены эмоции, память, опыт, интеллект коммуникаторов, тем эффективнее процесс общения» [9].

Выделим следующие компоненты телевизионного коммуникативного акта, который в тележурналистике предполагает опосредованное общение со зрителями. Это определение цели сообщения, создание телевизионной программы, трансляция сообщения, восприятие телепрограммы реципиентом, воздействие на аудиторию, эффективность коммуникационного акта, анализ эффекта коммуникации. «Успех и результаты общения зависят от многих факторов. Для достижения целей общения каждый использует свою, наработанную на практике, систему средств – речь, акценты, стиль, выражение мысли, вербальные и невербальные средства (поза, внешность, организация предметной среды) и добивается при этом разной степени успеха» [9].

Специфика общения с теле- и радио аудиторией

1. Коммуникатор не видит своей аудитории. Он лишен возможности непосредственно регулировать средства воздействия на слушателей, соотносясь с их реакцией: его «мера» – не вне его, а внутри его.

2. Радио- и телевизионная аудитория не просто рассредоточена в пространстве. Она рассредоточена и психологически. Люди часто «приходят» на телевизионные выступления (тем более это относится к радио) без всякой предварительной установки, без всякого объединяющего их мотива, интереса, цели: нередко они как бы случайно оказываются в составе аудитории.

3. Аудитория телевизионного и радиовыступления практически не поддается «заражению». Поэтому и манера обращения к этой аудитории, сам способ говорить с нею должен быть иным, чем в обычной публичной речи.

4. Радио- и телевизионное выступление не может не считаться и с общей спецификой восприятия радио и особенно телевидения.

5. Аудитория радио и телевидения гораздо более разнообразна, чем аудитория «живого» публичного выступления. Поэтому выступающий должен здесь ориентироваться на очень разный уровень слушателей или зрителей.

Приемы и способы эффективного воздействия на массовую аудиторию

Влияние массовых коммуникаций направлено на формирование, изменение или усиление существующих у аудитории установок и стереотипов и проявляется во всех видах массово-коммуникативных действий, включая рекламу и PR.

Психологические способы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию довольно разнообразны, однако основными, на наш взгляд, являются следующие.

1. **Заражение**, как «особый способ воздействия, определенным образом интегрирующий большие массы людей» [22]. Заражение можно определить как бессознательную, невольную подверженность индивида определенным психическим состояниям. Заражение возникает как следствие некритического усвоения образцов чужого поведения или мнения и усиливается за счет эмоционального взаимодействия массового характера. Способность массовой аудитории к заражению используется массовыми коммуникациями посредством определенным образом переданной информации с целью одновременного приведения к определенным действиям большой массы людей.

2. **Внушение** как способ целенаправленного стимулирования сферы подсознания индивида, приводящий к изменению его поведения по заранее заданной программе.

3. **Подражание** как воспроизведение индивидом особенностей поведения других индивидов. Способность индивидов к подражанию применяется массовыми коммуникациями для формирования определенных моделей поведения аудитории посредством демонстрации ей поведения тех или иных индивидов, пользующихся у массовой аудитории доверием и авторитетом.

Тема 13

ТЕХНОЛОГИИ НЛП В ОБЩЕНИИ

Нейролингвистическое программирование и возможности его использования в общении

Область психологии, известная как *нейролингвистическое программирование (НЛП)*, возникла из попыток репликации человеческого поведения и мыслительных процессов [23]. Основой моделирования в НЛП является выявление индивидуальных стратегий мышления (нейро-), используя анализ речевых образцов (лингвистическое) и невербальных выражений. После анализа разрабатываются специфические методы обучения определенным навыкам для других или применения этой модели в различных контекстах. Метод НЛП исследует как сознательные, так и подсознательные процессы, объединение которых дает людям возможность достигать желаемых результатов. Внимание в НЛП уделяется реальным действиям, а не только словам, поскольку последние могут не соответствовать действиям. Основной упор делается на распознавание подлинных причин, часто скрытых в подсознании, которые мотивируют поведение человека.

Развивая способность отслеживать эту взаимосвязь, человек приобретает поведенческую гибкость, что облегчает его адаптацию к новым обстоятельствам, улучшает способность представлять себя и позволяет избавиться от вредных привычек. В основе НЛП лежат четыре принципа:

1. Личность не равна поведению (то есть поведение можно изменить).
2. У каждого человека с рождения есть ресурсы для достижения своих целей.
3. Неудачи – это лишь обратная связь с окружающим миром. Из жизненных уроков можно извлечь опыт.
4. Чем более эффективно человек общается, тем лучше реагирует на него окружающая среда.

Поддерживающие метод НЛП отмечают его способность помогать в различных сферах, включая:

- развитие навыков коммуникации;
- улучшение взаимоотношений с окружающими;
- повышение уровня мотивации;
- увеличение производительности;
- приобретение эффективных моделей поведения;
- повышение самооценки.

В терапевтическом контексте НЛП применяется:

- для работы с депрессией;
- для преодоления фобий и страхов;
- для преодоления зависимости от психоактивных веществ.

Существует четыре широко используемые техники НЛП:

1. **Фрейминг и рефрейминг** – пересмотр ситуации с новой перспективы, переосмысление восприятия и изменение убеждений;
2. **Визуализация** – ментальное воспроизведение успешного решения задачи;
3. **Закрепление (якорение)** – создание внешнего или внутреннего триггера, вызывающего желаемую реакцию или изменение поведения;
4. **Визуально-кинестетическая диссоциация** – переживание травматического опыта с удаленной позиции для снятия эмоционального давления.

Характеристика аудиалиста, визуалиста и кинестетика

Модальность – это ключевая характеристика психической ориентации, определяющая предрасположенность к определенным видам действий. Модальности как типы ориентации тесно связаны с типами восприятия:

1. **Визуальный тип.** Это люди, которые предпочитают воспринимать информацию визуально, через зрительное восприятие. Они наслаждаются просмотром фильмов, чтением книг и посещением музеев. Они ориентированы на визуальные объекты и хорошо работают с документами, знаками и изображениями. Визуалы обладают специфической мимикой лица, их взгляд направлен вверх и влево, когда они пытаются вспомнить что-то, и вверх-вправо, когда они представляют себе что-то новое. Они предпочитают воспринимать информацию в виде образов и легко понимают визуальные концепции в общении.

2. **Аудиальный тип.** Это люди, которые предпочитают воспринимать информацию через слуховое восприятие. Они обращаются к описанию окружающего мира через звуки и имеют сильные коммуникативные навыки. Аудиалы наслаждаются музыкой, обращают внимание на интонации и тембр речи в общении. Они редко записывают информацию, полагаясь на свою память, и часто поворачиваются к собеседнику боком. Для аудиалов важно не только то, что говорится, но и как это говорится.

3. **Кинестетический тип.** Эти люди быстро воспринимают информацию через восприятие изменений и движений. Они активны, постоянно в движении и не любят монотонную работу. Для них важны эмоциональные ощущения и чувствительный опыт. Кинестетики

лучше всего запоминают ощущения, движения и запахи, и ориентируются на свои чувства. В разговоре они употребляют слова, связанные с ощущениями тепла, холода, легкости или тяжести. Они могут сказать, например: «Я так взволнован, что у меня тяжелая голова и мороз по коже». Кинестетики лучше понимают и общаются, когда есть физический контакт или близость с собеседником. Они часто прикасаются к собеседнику в разговоре и предпочитают близкое расположение. Кинестетикам трудно оставаться на месте или сосредоточенно слушать долгое время. Во время разговора они могут смотреть вниз или прямо перед собой, и многие из них могут манипулировать каким-то предметом в руках во время общения.

*Понятия сенсорной остроты и сенсорной гибкости,
основные приемы их освоения*

Сенсорная острота – это способность замечать и интерпретировать внешние поведенческие признаки других людей, что помогает контролировать процесс общения и успешно добиваться поставленных целей. Внутренние мысли и эмоции человека проявляются через его внешнее поведение, и обладание сенсорной остротой позволяет замечать мельчайшие изменения в этом поведении.

Сенсорная острота помогает распознавать тонкие изменения в жестах, позах, движениях, окраске кожи, тону мышц и скорости дыхания собеседника. Эти бессознательные видимые реакции часто делятся на четыре группы в НЛП: изменения цвета кожи, изменения в дыхании, изменения в нижней губе и моментальные изменения мышц. Обучаясь сенсорной работе, важно освоить три шага: фиксацию изменений в поведении, различение повторяющихся паттернов и калибровку, т.е. установление связи между поведенческими сигналами и внутренним состоянием человека.

Гибкость играет ключевую роль в общении, позволяя адаптировать поведение в ответ на действия собеседника. Это способствует взаимопониманию и достижению общих целей. Правило НЛП гласит: если один подход не работает, нужно пробовать другой. Быть гибким в словах, мышлении и действиях – значит успешно общаться. Сенсорная острота помогает лучше воспринимать и адаптироваться к изменениям.

Чтобы приобрести гибкость, важно освоить три шага:

1. Прерывание старых паттернов (привычка действовать определенным образом в определенной ситуации) поведения. Оно включает в себя изменение привычных действий, например, выбор другого маршрута на работу или прекращение выполнения обычных задач в течение недели, чтобы подумать о трех новых способах достижения того же результата.

Экспериментируйте, не боясь выйти за пределы зоны комфорта.

2. Изобретение и использование новых возможностей и способов поведения. Попробуйте посмотреть на мир с новой перспективы, например, представьте себя на месте кого-то другого или в разных возрастах. Это поможет расширить ваше понимание и открыть новые горизонты.

3. Быстрая последовательность прерывания старых паттернов и использования новых выборов: когда замечаете, что ваше внутреннее «я» приказывает что-то делать, сознательно меняйте свое поведение. Например, играйте другую роль или переключайтесь на другой способ реагирования. Это позволяет быстро приспосабливаться к новым ситуациям и обстоятельствам.

Ресурсное состояние человека и этапы вхождения в него

Ресурсное состояние – это состояние, при котором человек чувствует себя полным энергии и сил, готов решать задачи любой сложности, понимает, что у него все получается.

Наличие ресурсного состояния очень важно для развития личности. Оно включает в себя пять составляющих:

- физическое здоровье;
- интерес к жизни;
- эмоциональное равновесие;
- мотивация к реализации тех или иных целей;
- время.

Если отсутствует хотя бы один из этих компонентов, внутренние ресурсы стремительно истощаются. Человек ничего не успевает, чувствует подавленность, иногда физическую слабость.

Существует несколько техник, которые помогают восстановить и поддержать ресурсное состояние:

1. **Якорь.** Этот метод позволяет пережить позитивное состояние и закрепить его в памяти. Просто вспомните ощущение ресурсного состояния в момент нужды.

2. **Создание правильной модели.** Представьте себя в желаемом ресурсном состоянии и создайте образ лучшей версии себя. Визуализация поможет усилить ваши уверенность и целеустремленность.

3. **Физическая активность и забота о здоровье.** Регулярные тренировки, здоровое питание и достаточный отдых помогают поддерживать физическое здоровье и энергию.

4. **Медитация.** Практика медитации помогает снять стресс, улучшить концентрацию и восстановить энергетический баланс.

5. Постановка целей. Работа над конкретными задачами и планирование их достижения помогают поддерживать мотивацию и возвращать в ресурсное состояние.

*Пойнтеры как умение задавать вопросы
для уточнения смысла сказанного и их содержание*

Если ваш собеседник склонен к избыточной болтливости и часто упускает из виду суть разговора, полезными могут быть вопросы закрытого типа: Должен ли? Был ли? Имеется ли? Будет ли? Они предполагают краткий ответ. Исследования показывают, что чем более длинный вопрос, тем короче ответ, и наоборот. Важно научиться задавать вопросы-указатели, их еще называют пойнтерами:

Пойнтер 1. Существительное. Этот пойнтер используется для уточнения значения существительных. Например, если три человека обсуждают понятие «производительность», то для каждого оно может означать разное: для одного – скорость, для другого – людей, для третьего – машины. Если вы слышите неопределенные существительные, полезно использовать пойнтер № 1 и задать вопрос: «А что именно вы понимаете под словом...?»

Пойнтер 2. Глагол. Этот пойнтер помогает разъяснить смысл глаголов. Например, если ваш собеседник говорит: «Я приготовил доклад к 12-му числу», то полезно спросить: «Как именно вы его приготовили?» Доклад можно подготовить разными способами – устно, в письменной форме или с использованием рисунков. Важно уточнить это заранее.

Пойнтер 3. Правила. Этот пойнтер помогает пересмотреть привычные правила и ограничения. К примеру, к словам «должен», «надо» полезно задать вопросы: «Что произойдет, если я этого не сделаю? А если вы не выполните это?» Эти вопросы позволяют оценить обоснованность правил. Однако следует быть осторожным, используя этот пойнтер в общении с другими людьми, чтобы избежать конфликтов.

Пойнтер 4. Обобщения. Этот пойнтер помогает избегать ошибок, связанных с обобщениями. Хотя обобщения могут быть полезны для нашего мышления и поведения, они также могут ограничивать наше видение и создавать проблемы. Использование слов «все», «всегда», «никогда» зачастую не отражает действительность и не допускает исключений из правил. Важно пересмотреть эти обобщения-стереотипы, которые могут искажать наше восприятие и ограничивать наши возможности. Задавайте вопросы типа: «Действительно все? Не может быть исключений? Может быть, вы встречали хотя бы одно исключение?»

Пойнтер 5. Сравнения. Этот пойнтер используется для уточнения

сравнений, таких, как «лучше», «хуже», «легче» и т.д. Например, если кто-то говорит: «Лучше сделать это», можно спросить: «Лучше по сравнению с чем?». Это помогает яснее понять контекст и основания для такого утверждения.

Тема 14

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНТНОСТИ ОБЩЕНИЯ

Личность в контексте группы представляет собой уникальное сочетание индивидуальных черт, качеств, убеждений и опыта, которое каждый член вносит в коллектив. Взаимодействие личности с группой является двусторонним процессом: с одной стороны, группа оказывает значительное влияние на индивида, формируя его поведение, взгляды и самооценку, с другой – каждая личность вносит свой вклад в динамику группы, ее цели и результаты деятельности. Важным аспектом является то, как личностные качества могут быть раскрыты и реализованы в рамках групповой деятельности.

Групповая динамика исследует, как взаимодействие между членами группы и их индивидуальные характеристики влияют на поведение каждого участника и на общие результаты. Роль личности в группе может меняться в зависимости от структуры группы, ее целей и задач, а также от социальных норм и ожиданий. Некоторые личности могут проявлять лидерские качества, другие могут стать более пассивными участниками, предпочитая следовать за группой.

Социальная психология подчеркивает значение таких факторов, как социальная идентичность и конформизм, в процессе адаптации индивида к группе. Личность не только адаптируется к условиям группового взаимодействия, но и может оказывать существенное влияние на изменение этих условий, способствуя развитию или трансформации групповых норм и ценностей.

Воля представляет собой способность человека к произвольному управлению своими действиями, мыслями и эмоциями в соответствии с поставленными целями и задачами. Это сложный психический процесс, который играет ключевую роль в саморегуляции поведения и достижении личностного самосовершенствования. Воля позволяет индивиду преодолевать внутренние и внешние препятствия на пути к цели, подавлять мгновенные импульсы в пользу более значимых долгосрочных интересов.

Основными характеристиками волевого управления являются целенаправленность, осознанность и активность. Целенаправленность обеспечивает фокусировку на конечном результате действия. Осознанность предполагает понимание своих действий, мотивов и последствий. Активность выражается в способности принимать решения и переходить к действиям.

Развитие волевых качеств связано с преодолением трудностей, самодисциплиной и самоконтролем. Это требует от человека умения ставить перед собой реалистичные цели, планировать свои действия, анализировать полученные результаты и корректировать свое поведение. Воля как произвольное управление предполагает также способность к отсрочке удовлетворения потребностей, что является ключевым элементом саморегуляции.

В психологии выделяют различные стратегии и методы для развития и укрепления волевых качеств. Среди них – постановка конкретных и достижимых целей, развитие мотивации, использование техник самоконтроля и самовнушения, а также тренировка устойчивости к стрессу и способности к самоорганизации.

Общее представление о социально-психологическом тренинге (СПТ)

Социально-психологический тренинг является сферой практической психологии, применяющей активные методы работы в группах. Существует множество различных форм СПТ, которые в значительной степени перекликаются друг с другом. Это многообразие обусловлено различными теоретическими подходами, лежащими в основе каждой программы тренинга.

Различные виды тренинговых групп преследуют разные цели и задачи, используя специфические методы, приемы и техники СПТ. Социально-психологический тренинг относится к активным методам обучения, которые являются альтернативой традиционным подходам. В отличие от традиционных методов, где часто уделяется внимание только теоретическим аспектам, СПТ предоставляет возможности для практического применения знаний.

Социально-психологический тренинг активно включает в себя модели поведения и обмен опытом между участниками группы. В процессе тренинга участвуют когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты личности. Это позволяет расширить репертуар действий личности и повысить ее коммуникативную компетентность.

В узком смысле социально-психологический тренинг фокусируется на активных формах работы в группах с целью развития коммуникативных навыков и повышения межличностной компетентности. Эти цели достигаются через усвоение знаний о межличностном общении и практическое освоение коммуникативных навыков.

Социально-психологический тренинг включает в себя разнообразные формы групповой работы и типы тренингов, направленные на максимальное раскрытие потенциала личности и способствующие ее развитию. Цель такого тренинга заключается в том, чтобы стимулировать

личностный рост через активные процессы самопознания и самосовершенствования, которые происходят с каждым участником группы.

Самопознание помогает расширить границы собственного «Я», формируя правильное представление о себе. Самосовершенствование, в свою очередь, способствует перестройке внутреннего и внешнего опыта личности, а также помогает корректировать уже сложившийся потенциал.

Социально-психологический тренинг оказывает обучающий, коррекционный и психотерапевтический эффекты, что делает его востребованным в различных сферах психологической и социальной работы. Он широко используется как практикующими психологами и социальными работниками, так и в образовательных и профессиональных программах подготовки специалистов.

Специфические черты и основные парадигмы тренинга

В общем виде – **взаимодействие тренера и клиента**. Характеристика парадигмы должна содержать **три переменные: тренер, клиент и взаимодействие между ними**.

Парадигма – это метамоделю тренинга, отражающая позиции тренера и клиента, а также характер взаимодействия между ними, которая может быть реализована на основе разного понимания психики и поведения, с помощью разных стратегий и технологий, разными по стилю тренерами.

Специфическими чертами тренингов, совокупность которых позволяет выделять их среди других методов практической психологии, являются:

1. Соблюдение ряда принципов групповой работы;

Нацеленность на психологическую помощь участникам группы в саморазвитии, при этом такая помощь исходит не только (а порой и не столько) от ведущего, сколько от самих участников;

Наличие более или менее постоянной группы (обычно от семи до пятнадцати человек), периодически собирающейся на встречи или работающей непрерывно в течение двух – пяти дней (так называемые группы-марафоны);

2. Определенная пространственная организация (чаще всего – работа в удобном изолированном помещении, участники большую часть времени сидят в круге);

3. Акцент на взаимоотношениях между участниками группы, которые развиваются и анализируются в ситуации «здесь и теперь»;

4. Применение активных методов групповой работы.

5. Объективация субъективных чувств и эмоций участников группы

относительно друг друга и происходящего в группе, вербализованная рефлексия.

Перед тем, как перейти к описанию конкретных парадигм, необходимо сделать ряд важных замечаний.

1. Нет никакой четкой связи между парадигмой, в которой проводится конкретный тренинг, и применяемыми тренером техниками: любые конкретные техники могут быть использованы в рамках любой парадигмы.

2. Парадигма – это не индивидуальный стиль. В рамках одной парадигмы могут работать тренеры с совершенно разными, даже в чем-то противоположными индивидуальными стилями.

3. Парадигмы не связаны напрямую с какими-то определенными школами и теоретическими направлениями. Они являются тем, что стоит «над», а точнее, «за» конкретными подходами к тренинговой работе и профессиональными концепциями тренеров.

Основные парадигмы тренинга

1. ***Парадигма тренинга как дрессуры.*** Тренинг как своеобразная форма дрессуры, при которой жесткими манипулятивными приемами при помощи положительного подкрепления формируются нужные паттерны поведения, а при помощи отрицательного подкрепления «стираются» вредные, ненужные, по мнению ведущего.

2. ***Тренинг как тренировка,*** в результате которой происходит формирование и отработка умений и навыков эффективного поведения.

3. ***Тренинг как форма активного обучения,*** целью которого является прежде всего передача психологических знаний, а также развитие некоторых умений и навыков.

4. ***Тренинг как метод создания условий для самораскрытия участников и самостоятельного поиска ими способов решения собственных психологических проблем.***

Групповые нормы и ролевые позиции в группе

Тренинговые группы также вырабатывают свои собственные нормы, причем в каждой конкретной группе они могут быть специфичны. Ведущий должен осознавать необходимость норм для эффективного развития группы и способствовать выработке и принятию участниками таких норм, которые соответствовали бы целям группы. Практически те или иные нормы начинают действовать в тренинговой группе с первого момента ее функционирования. Как показывает опыт, целесообразно сразу предложить участникам некоторые правила, обязательные для соблюдения в группе. Чаще всего это происходит таким

образом: в самом начале работы ведущий информирует участников тренинга о том, что они могут получить в результате обучения. После этого устанавливаются основные принципы (нормы) работы в группе.

Обозначим те, которые характерны для подавляющего большинства тренинговых групп:

1. **«Здесь и теперь»**. Этот принцип ориентирует участников тренинга на то, чтобы предметом их анализа постоянно были процессы, происходящие в группе в данный момент, чувства, переживаемые в данный конкретный момент, мысли, появляющиеся в данный момент. Кроме специально оговоренных случаев запрещаются проекции в прошлое и в будущее. Принцип акцентирования на настоящем способствует глубокой рефлексии участников, обучению сосредотачивать внимание на себе, своих мыслях и чувствах, развитию навыков самоанализа.

2. **«Искренность и открытость»**. Самое главное в группе – не лицемерить и не лгать. Чем более откровенными будут рассказы о том, что действительно волнует и интересует, чем более искренним будет предъявление чувств, тем более успешной будет работа группы в целом. По С. Джуарду, «Раскрытие своего Я другому есть признак сильной и здоровой личности» [11]. Самораскрытие направлено на другого человека, но позволяет стать самим собой и встретиться с самим собой настоящим.

3. **«Принцип Я»**. Основное внимание участников должно быть сосредоточено на процессах самопознания, самоанализа и рефлексии. Даже оценка поведения другого члена группы должна осуществляться через высказывание собственных возникающих чувств и переживаний. Запрещено использовать рассуждения типа: «мы считаем ...», «у нас мнение другое ...» и т.п., перекладывающие ответственность за чувства и мысли конкретного человека на аморфное «мы». Все высказывания должны строиться с использованием личных местоимений единственного числа: «я чувствую ...», «мне кажется ...». Это напрямую связано с одной из задач тренинга – научиться брать ответственность на себя и принимать себя таковым, какой есть. Уже первые групповые дискуссии обнаруживают, насколько непохожи мысли и чувства разных людей, что является определяющим аргументом для введения данного правила.

4. **«Активность»**. В группе отсутствует возможность пассивно «отсидеться». Поскольку психологический тренинг относится к активным методам обучения и развития, такая форма, как активное участие всех в происходящем на тренинге, является обязательной. Большинство упражнений подразумевает включение всех участников. Но даже

если упражнение носит демонстрационный характер или подразумевает индивидуальную работу в присутствии группы, все участники имеют безусловное право высказаться по завершении упражнения.

5. **«Конфиденциальность».** Все, о чем говорится в группе относительно конкретных участников, должно оставаться внутри группы – единственное этическое требование, которое является условием создания атмосферы психологической безопасности и самораскрытия. Само собой разумеется, что психологические знания и конкретные приемы, игры, психотехники могут и должны использоваться вне группы – в профессиональной деятельности, в учебе, в повседневной жизни, при общении с родными и близкими, в целях саморазвития.

Многие социальные психологи рассматривают групповую динамику в тренинге прежде всего как смену ролей участниками и скрытую борьбу за то, чтобы занять те или иные «ролевые ниши».

Основная задача ведущего в этом случае – сознательное (иногда откровенно провокационное) «расшатывание» сложившихся ролевых взаимоотношений и изменение ролей, задающее энергетику групповым процессам.

Существует понятия «социальная роль» и «групповая роль». Понятия «социальная роль» и «групповая роль» тесно связаны с динамикой взаимодействия в обществе и группах. С точки зрения Г.М. Андреевой, социальная роль – это набор ожиданий, связанных с определенной позицией индивида в обществе, которые определяют его поведение и обязанности [2]. Эти роли формируются на основе культурных норм и законов и могут включать роли по профессии, возрасту, полу и социальному статусу. Групповая роль, в контексте работы А.Н. Леонтьева, относится к специфическим функциям и обязанностям, которые индивид выполняет в рамках малой группы или команды [23]. Эти роли зависят от целей группы, ее структуры и динамики взаимоотношений между ее членами. Групповые роли могут быть формальными (назначенными) или неформальными (возникающими естественным образом), и они играют ключевую роль в определении того, как группа функционирует и достигает своих целей.

Самым важным критерием, различающим социальную и игровую роль, является свобода выбора. Живя и действуя в многообразных социальных общностях, люди вынуждены встраиваться в ту систему социальных ролей, которая и структурирует тот или иной человеческий конгломерат. Чтобы адаптироваться в социальной среде, человек, следуя ожиданиям окружающих, надевает маску той социальной роли, которая ему задается извне, – «добропорядочного гражданина», «примерного семьянина», «лидера» или «отверженного».

На первых этапах развития тренинговой группы функционирование

участников задается стереотипными внутренними установками на исполнение той или иной социальной роли, привычной им во внешнем мире. Скажем, человек, занимающий высокий пост, часто в тренинге стремится играть роль авторитетного лидера. Однако ситуация психологического тренинга такова, что необходима гибкость поведения участников, определяющая отказ от шаблонных ролей и принятие новых, нестандартных игровых ролей. Специалисты описывают большое количество групповых ролей, сами названия которых яркие и метафоричны: «козел отпущения», «эксперт», «аутсайдер», «тряпка», «обвинитель», «хулиган», «жертва» и др.

*Активные методы обучения навыкам эффективного общения
и требования к личностным характеристикам руководителя группы
тренинга*

Активные групповые методы можно условно объединить в три основных блока:

1. **Дискуссионные методы.** Благодаря механизму дискуссии с собеседниками человек отходит от черт эгоцентрического мышления и учится становиться на точку зрения другого. Исследования показали, что групповая дискуссия повышает мотивацию и эго-вовлеченность участников в решение обсуждаемых проблем. Дискуссия дает эмоциональный толчок к последующей поисковой активности участников, что в свою очередь реализуется в их конкретных действиях.

2. **Игровые методы.** Говоря об игровых методах обучения, целесообразно подразделить их на операционные и ролевые. В операционных играх сценарий определяет, какие решения считаются правильными или неправильными. Участник видит последствия своих действий на будущие события, следуя заранее заданному алгоритму. Операционные игры применяются как средство обучения специалистов и формирование их личностных и деловых качеств, в частности профессиональной компетентности. В ролевой игре участникам предлагается примерить на себя роль другого человека или «разыграть» определенную проблемную ситуацию. Для обозначения методик этого типа также используются близкие названия (имитации, деловые игры, моделирование). Эти методики способствуют развитию навыков критического мышления, коммуникативных навыков и отработке различных вариантов поведения в проблемных ситуациях.

3. **Сенситивный тренинг** – это тренировка межличностной чувствительности и восприятие себя как психофизического единства. Особенностью этого метода является стремление к максимальной самостоятельности участников. Основным средством стимуляции группового

взаимодействия здесь выступает феномен отсутствия структуры. Трудность описания тренинга состоит в том, что метод основан на актуализации чувств и эмоций, а не интеллекта. Группа тренинга сенситивно-сти не имеет очевидной цели. В ходе сенситивного тренинга участники включаются в совершенно для них новую сферу социального опыта, благодаря которой видно, как они воспринимаются другими членами группы, и получают возможность сравнивать эти перцепции с самовосприятием.

Разное понимание психологического смысла тренинга находит свое отражение и в разнообразии названий специалиста, проводящего тренинг: ведущий, руководитель, директор группы, тренер, эксперт, фасилитатор и др. Разумеется, далеко не каждый проводимый тренинг можно уверенно отнести к какому-либо одному из выделенных видов, поскольку обычно перед тренингом ставится не одна, а несколько частных задач, решение которых может осуществляться сквозными методами разных направлений.

Как отмечал И. Ялом, психотерапевт может выступать в двух основных ролях: технического эксперта (эта роль подразумевает комментарии ведущим процессов, происходящих в группе, поведенческих актов отдельных участников, а также рассуждения и информирование, помогающие группе двигаться в нужном направлении); и эталонного участника (считается, что в этом случае групповой психотерапевт добивается двух основных целей: демонстрации желательного и целесообразного образца поведения и усиления динамики социального научения через достижение группой независимости и сплоченности) [41]. С. Кратохвил выделяет пять основных ролей ведущего группы: активный руководитель (инструктор, режиссер, инициатор и опекун); аналитик (характеризующийся дистанцированием от участников группы и личностной нейтральностью); комментатор; посредник (эксперт, не берущий на себя ответственность за происходящее в группе, но периодически вмешивающийся в групповой процесс и направляющий его); член группы (аутентичное лицо со своими индивидуальными особенностями и жизненными проблемами) [18].

Большинство психотерапевтов придерживаются мнения, что наиболее предпочтителен демократический стиль руководства; отношение к директивности, характеризующей авторитарный стиль, как правило, достаточно негативно. Однако исследования показывают, что в ряде случаев бывает необходима именно авторитарность. Это возникает, когда:

- задача группы жестко структурирована;
- члены группы испытывают сильный стресс;
- динамика группы настолько не ясна для участников, что они не могут точно и полно осознать, что происходит.

Многие группы, особенно на начальном этапе, тяготеют к тому, чтобы их четко структурировали, и чтобы ими жестко управляли. Это действительно бывает необходимо для преодоления начальной скованности и тревожности, и ускорения запуска группового процесса. Вместе с тем опытный руководитель находит возможности постепенного «ослабления вожжей» и передачи функций управления самой группе.

Наименее продуктивный стиль руководства, как принято считать, – попустительский. Но это не означает, что он абсолютно неприемлем: в группах клиент-центрированной терапии роджерсианского направления (метод фокусируется на создании безопасного пространства для клиента, где он может свободно выражать свои эмоции и мысли без страха осуждения, терапевт выступает не как эксперт, а как союзник или проводник, помогая клиенту самостоятельно находить пути к пониманию и решения) руководители могут демонстрировать полную внешнюю пассивность, психоаналитики также часто длительное время не вмешиваются в групповой процесс, ожидая спонтанного развития отношений в группе.

Можно выделить следующие личностные черты, желательные для ведущего тренинговой группы:

- концентрация на клиенте, желание и способность ему помочь;
- открытость к отличным от собственных взглядам и суждениям, гибкость и терпимость;
- эмпатийность, восприимчивость, способность создавать атмосферу эмоционального комфорта;
- аутентичность поведения, т.е. способность предьявлять группе подлинные эмоции и переживания;
- энтузиазм и оптимизм, вера в способности участников группы к изменению и развитию;
- уравновешенность, терпимость к фрустрации и неопределенности, высокий уровень саморегуляции;
- уверенность в себе, позитивное самоотношение, адекватная самооценка, осознание собственных конфликтных областей, потребностей, мотивов;
- богатое воображение, интуиция;
- высокий уровень интеллекта.

Сценарии тренинговых занятий по повышению компетентности общения

Структурированные упражнения важны по двум причинам: во-первых, они способствуют развитию группы и целенаправленному обуче-

нию, а во-вторых, выполняя такие упражнения, участники активно содействуют достижению общегрупповых и индивидуальных целей. Стимулированное упражнениями научение зависит от их типа, а также от времени и способа их применения. В психо-коррекционных группах упражнения ставят перед участниками новые вопросы и вызывают у них новые чувства, подлежащие дальнейшему исследованию. С их помощью можно моделировать и осваивать новые формы поведения. Кроме того, практические упражнения способствуют сплочению группы, снижая барьеры, которые препятствуют эмоционально открытому общению, а также побуждают участников к более глубокому самоисследованию.

Определенные упражнения можно применять как при работе с Т-группами, где руководитель (тренер) в остальном практически не структурирует занятия, так и при работе с группами тренинга умений, которая вся может состоять из серий однородных упражнений. Те из руководителей групп, кто избегает упражнений, обычно считают, что это искусственный прием работы, который ограничивает спонтанное развитие групповых процессов и снимает с членов группы ответственность за то, какого рода опыт приобретают они в группе. В свою очередь, сторонники возможно более частого применения упражнений убеждены, что они помогают выявлять общие интересы и разрешать индивидуальные и общегрупповые проблемы.

Выбор упражнений в значительной степени является делом вкуса. По мере приобретения опыта руководители групп начинают в меньшей степени ориентироваться на стандарты и вместо этого начинают относиться к известным им упражнениям как к резерву средств для иллюстрации стоящих перед группой проблем и для работы над их разрешением. Опытный руководитель будет применять упражнения своевременно и в соответствии с поставленной целью. Обдумывая упражнение, руководитель должен спросить себя, насколько оно соответствует его представлениям о групповом поведении, что оно может дать участникам и стоит ли польза от его применения того времени, которое будет на него затрачено.

Упражнения могут быть особенно полезными на занятиях групп с ограниченными сроками работы, во время проведения семинаров или марафонов, а также в тех случаях, когда руководитель группы или преподаватель должен сделать обзор множества различных подходов к работе с группами. При помощи упражнений можно продемонстрировать суть различных концепций гораздо более живо, чем посредством объяснений «на пальцах». Например, игра «разожми кулак». Члену группы предлагают разжать кулак партнера, не говоря, как это сделать. Те, кто делает

это мягко, но настойчиво, получают лучший результат, чем те, кто использует чисто силовые приемы. Это служит наглядным уроком, что тактичное убеждение может дать больший эффект, чем силовое давление.

Упражнения для каждого типа групп включают целый спектр различных видов деятельности, которые обычно расположены в порядке возрастания их сложности – от тех, что уместны на начальных стадиях работы в группе, до тех, что подходят для более продвинутых групп. В описании каждого упражнения указывают его длительность и требуемый для его выполнения уровень подготовки. Некоторые руководители групп предпочитают сначала провести упражнение, а потом объяснить его смысл. Другие поступают наоборот. В любом случае важно, чтобы участники сразу после выполнения упражнения имели немного времени для того, чтобы обменяться своими впечатлениями. Руководители, отдающие явное предпочтение эмоциональности и экспрессивности (в ущерб пониманию), могут опасаться, что в ходе обсуждения непосредственные впечатления окажутся «заболтанными». Однако в большинстве групп отдается должное не только чувствам, но и пониманию того значения, которое полученный в группе опыт может иметь для развития личности каждого участника и для его жизни вне группы.

Для примера: *тренинговое занятие «Кто я?»*

Цель. Это упражнение можно использовать в начале первого занятия в Т-группе. Оно особенно подходит для групп, составленных из совершенно незнакомых друг с другом людей, которые встречаются впервые. С помощью этого упражнения можно растопить лед в отношениях и быстро познакомить участников друг с другом.

Необходимое время: 30 минут.

Материалы: бумага, карандаши, ручки.

Подготовка: специальной подготовки не требуется.

Процедура: Каждый участник получает бумагу и карандаш. Группе даются следующие инструкции.

Проставьте в столбик числа от 1 до 10 и дайте десять ответов на вопрос «Кто я?» При этом можно учитывать любые свои характеристики, черты, интересы, эмоции – все, что покажется вам подходящим для того, чтобы описать себя фразой, начинающейся с «Я – ...». Готовый перечень приколите на лацкан пиджака, на блузку или рубашку и расхаживайте с ним по комнате. Подходите к другим, читайте, что у них написано, давайте прочитать то, что написано на вашем листке. Не стесняйтесь комментировать чужие перечни. В другом варианте каждый участник оглашает свой список перед группой.

Эти упражнения могут стать мощным инструментом для сплочения

группы, повышения уровня взаимопонимания между ее членами и создания основы для более глубокого и открытого общения на последующих занятиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алахвердов В.М. [и др.]. Психология: учебник / под ред. А.А. Крылова. М.: Проспект, 2000. 583 с.
2. Андреева Г.М. [и др.]. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 2001. 290 с.
3. Андрианов М.С. Невербальная коммуникация: психология и право: монография. М.: Институт общегуманитарных исследований, 2016. 253 с.
4. Антиперович Е.Г. Основные подходы к исследованию синдрома эмоционального выгорания // Управление устойчивым развитием предприятий: сборник научных статей. М., 2016. С. 4–6.
5. Бастрикова Е.М., Бастриков А.В. Русский язык и культура речи: для студентов направления «Лингвистика». Казань: Изд-во Казанского (Приволжского) федерального университета, 2011. 112 с.
6. Брушлинский А.В., Поликарпов В.А. Мышление и общение. М.: Изд-во «Университетское», 1990. 212 с.
7. Валеева З.Р. Методологические основания современной психологии // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20. №. 2. С. 704–708.
8. Ворошилова О.Н., Зуева Т.М. Общение в системе межличностных и общественных отношений // Евразийское научное объединение. 2019. № 10-1. С. 67–69.
9. Гегелова Н.С. Общение в телевизионной журналистике // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. 2015. №. 2. С. 81–85.
10. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Издательство «Канон пресс Кучково поле», 2000. 304 с.
11. Давыдова И.Н. Психология предназначения // Теория и практика: сб. трудов. М., 2020. С. 285.
12. Джигоева О.Ф. Психологические причины затрудненного общения // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 56-9. С. 295–301.
13. Дилтс Р. Моделирование с помощью НЛП. СПб.: Издат. дом «Питер», 2010. 288 с.
14. Емельянов Ю.Н. Теория формирования и практика совершенствования коммуникативной компетентности. М.: Просвещение, 1995. 183 с.
15. Карпов А.В., Савин И.Г. Психологический анализ деятельности. Ярославль: Изд-во Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, 2005. 144 с.
16. Корнетов Г.Б. Майевтика Сократа: у истоков порождающей педагогики // Психолого-педагогический поиск. 2018. №. 3 (47). С. 46.
17. Корнилов Е.А., Корнилова Е.Е. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий. М.: Флинта, 2013. 256 с.
18. Кратохвил С. Групповая психотерапия невротиков. Прага: Авиценум. 1978. С. 208–211.
19. Кречмер Э. Строение тела и характер / пер. с нем. Г.Я. Тартаковский. М.: Госиздат. 1930. 304 с.

20. Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Матрица Эйзенхауэра // Методы менеджмента качества. 2016. №. 11. С. 19.
21. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: учебник. СПб.: Питер, 2003. 544 с.
22. Латынов В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Когито-Центр, 2022. 482 с.
23. Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии: учебное пособие. М.: Смысл, 2019. 511 с.
24. Липпман У. Общественное мнение. М.: АСТ, 2023. 448 с.
25. Мерикова М.А. Этапы когнитивного развития по Пиаже и их значимость для освоения математического навыка у детей // Известия Института педагогики и психологии образования. 2021. № 3. С. 86–91.
26. Найссер У. Познание и реальность. М.: Прогресс, 1981. 230 с.
27. Немов Р. Психология. Книга 1: Общие основы психологии. М.: Гуманитарный издат. центр «ВЛАДОС», 2003. 688 с.
28. Нестеров А.К. Средства коммуникации: понятие, виды и свойства средств коммуникации. Особенности использования средств коммуникации в современном мире // Энциклопедия Нестеровых. 2017. URL: <https://odiplom.ru/lab/sredstva-kommunikacii.html> (дата обращения: 20.02.2024).
29. Никонова А.Я. Психологические особенности индивидуального стиля педагогической деятельности: дис. ... канд. психол. наук. М, 1986. 223 с.
30. Паскаль Б. Мысли. М.: АСТ, 2023. 256 с.
31. Пригожин И.Р. Конец определенности: время, хаос и новые законы природы. М.–Ижевск: РХД, 2000. 208 с.
32. Прутченков А.С. Социально-психологический тренинг межличностного общения. М.: О-во «Знание» РСФСР, 1991. 45 с.
33. Романов А.А. Грамматика деловых бесед. Тверь: Фамилия, 1995. 240 с.
34. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Издат. дом «Питер», 1999. 720 с.
35. Свенцицкий А.Л. Социальная психология. М.: Юрайт, 2019. 408 с.
36. Столяренко Л.Д. Психология: учебник для вузов СПб.: Издат. дом «Питер», 2021. 592 с.
37. Собольников В.В. Невербальные средства коммуникации: учебное пособие для вузов. М.: Юрайт, 2024. 164 с.
38. Форверг М., Гибш Г. Введение в марксистскую социальную психологию. М.: Прогресс, 1972. 294 с.
39. Хребина С.В. Понятие «взаимодействие» как базовая категория педагогической психологии // Известия Южного федерального университета. Серия: Технические науки. 2006. Т. 68. № 13. С. 155–160.
40. Юлчиева З.Н. Профессиональная психология как основная специальность в технических вузах // Наука и образование сегодня. 2020. № 12 (59). С. 112–114.
41. Ялом И. Экзистенциальная психотерапия / пер. с англ. Т.С. Драбкиной. М.: Независимая фирма «Класс», 1999. 576 с.

Учебное издание

Инна Георгиевна Архипова,
кандидат психологических наук

ПСИХОЛОГИЯ

Учебное пособие

Корректор О. Селиванова
Компьютерная верстка И. Иванова
Техническая редакция и дизайн обложки И. Бельковская

Подписано в печать 26.07.2024 г.

Усл. печ. л. 4,5

Тираж 550 экз.

Заказ 1474

Издательство Государственного института экономики, финансов, права и технологий
188300 Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рощинская, д. 5