САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Новосибирский филиал

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

Контрольная работа

По дисциплине: "Деловые и общественные отношения "

На тему: Перцептивные закономерности делового общения

Студентки 4 курса гр. № - 43

БОНДАРЬ Ольга Николаевна

Научный руководитель:

к. ф. н., доцент зав. каф.

Квита Галина Николаевна

г. Новосибирск 2008

Содержание

Введение

1. Перцептивная сторона общения

1.1 Первое впечатление

2. Длительное общение

2.1 Наши поступки в общении

3. Самоподача в общении

3.1 Самоподача превосходства

3.2 Самоподача привлекательности

3.3 Самоподача отношения

Заключение

Список литературы

## Введение

*Общение -* сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимание другого человека\*.

На практике часто путают или отождествляют два понятия "общение" и "отношение". Эти понятия не совпадают. Общение есть процесс реализации тех или иных отношений.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

Объектом исследования данной контрольной работы является перцептивная сторона общения.

Предметом исследования - процесс познания человека человеком в общении.

Целью данной контрольной работы является рассмотрение всех сторон общения.

Для достижения цели были сформулированы следующие задачи:

рассмотреть формирование первого впечатления.

проанализировать, как происходит восприятие и понимание другого в длительном общении.

изучить, как мы понимаем действие партнера.

рассмотреть проявления самоподачи в общении.

\* Краткий психологический словарь. - М., 1985. - С.213.

## 1. Перцептивная сторона общения

Рассматривая процесс познания человека человеком в общении, С.Л. Рубинштейн писал:

"В повседневной жизни, общаясь с людьми, мы ориентируемся в их поведении, поскольку мы как бы "читаем " его, то есть, расшифровываем значение его внешних данных и раскрываем смысл получающегося таким образом текста в контексте, имеющем свой внутренний психологический план. Это "чтение" проистекает бегло, поскольку в процессе общения с окружающими нас людьми вырабатывается определенный, функционирующий подтекст к их поведению"\*.

Вопросы о том, как происходит это "беглое чтение" другого человека, что позволяет нам понимать его поведение, встают перед каждым из нас. Очень часто важно не только само по себе понимание того или иного поведения, но и его основ, истоков, движущих сил и механизмов. Именно поэтому необходимо понимать, что стоит для нас за словами "восприятие и понимание другого в общении".

## 1.1 Первое впечатление

Не следует судить о человеке по лицу - оно позволяет лишь строить предположения. Лабрюйер

Психологами было обнаружено несколько типовых схем, по которым строится образ другого человека и которые в той или иной степени используются всеми людьми. Построение образа партнера по этим схемам иногда приводит к так называемым эффектам первого впечатления или

\* Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. - М., 1959. - С.180.

систематическим ошибкам социального восприятия. Знание этих схем может способствовать пониманию того, как формируется первое впечатление о человеке.

Наиболее часто применяется схема восприятия, которая срабатывает в случае неравенства партнеров в той или иной сфере. Ошибки неравенства проявляются в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех людей, которые превосходят их по какому-то параметру, существенному для них. Интересно отметить следующее. В опытах А.А. Бодалева группам испытуемых предлагали описать человека по фотографии. Перед показом одной и той же фотографии одной группе дали понять, что это фото героя, а другой - преступника. В зависимости от предлагаемого статуса человека изменялись описания. Вот описания преступника: "Человек опустившийся, очень озлобленный, неопрятно одетый, непричесанный. Можно подумать, что до того, как стать преступником, он был служащим или интеллигентом. Очень злой взгляд". А вот описание героя: "Очень волевое лицо. Ничего не боящиеся глаза смотрят исподлобья. Губы сжаты, чувствуется душевная сила и стойкость. Выражение лица гордое"\*.

При ошибках неравенства схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько положительно, чем это было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы его недооцениваем. Очень важно помнить, что превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эти ошибки можно назвать фактором превосходства.

Не менее важными и узнаваемыми являются ошибки, связанные с тем,

*\*Бодалев А.А.* Личность и общество. - М., 1983. - С.12.

нравится нам внешне наш партнер по общению или нет. Эти ошибки заключаются в том, что если человек нам нравится, то одновременно мы склонны считать его более хорошим, умным, интересным.

Подобные примеры мы можем найти у многих писателей. Например, у Л.Н. Толстого в "Крейцеровой сонате" говорится:

"Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна"\*\*.

В данном случае под влиянием одного фактора переоцениваются или недооцениваются свойства человека. Здесь мы имеем дело с фактором привлекательности - чем более внешне привлекателен для нас человек, тем лучше он во всех отношениях, если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются.

Следующая схема также хорошо известна. Те люди, которые к нам относятся хорошо, кажутся нам значительно лучше тех, кто к нам относится плохо. Это проявление так называемого фактора "отношения к нам".

Американские психологи Р. Нисбет и Т. Вильсон проводили следующий эксперимент. Студенты в течение получаса общались с новым преподавателем, который с одними испытуемыми вел себя доброжелательно, с другими - отстраненно, подчеркивая социальную дистанцию. После этого студентов просили дать оценку ряду характеристик преподавателя. Результаты оказались однозначными. Оценки доброжелательного преподавателя оказались значительно выше, чем оценки "отстраненного".

*\* \* Толстой Л. .Н.* Собр. соч. - Т.12. - С.148.

Отсюда можно сделать заключение, что позитивное отношение к нам порождает сильную тенденцию к приписыванию положительных свойств и "отбрасыванию" отрицательных, и наоборот, - негативное отношение вызывает тенденцию не замечать положительных сторон партнера и выделять отрицательные. Таково действие рассматриваемого фактора.

Рассмотренные нами три вида ошибок при формировании первого впечатления называются эффектом ореола. Эффект ореола проявляется в том, что при формировании первого впечатления общее позитивное впечатление о человеке приводит к переоценке неизвестного человека. Механизм ошибок похож во всех трех случаях, но источником ореола являются разные причины, что и позволило выделить три основные ошибки - превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Очень важно отметить, что все эти три фактора охватывают практически все возможные ситуации общения. Из этого следует, что первичное восприятие другого человека всегда ошибочно. Однако это не совсем так. Специальные исследования показывают, что почти каждый взрослый человек, имеющий достаточный опыт общения, способен точно определить почти все характеристики партнера. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях. Причем в этих же экспериментах было обнаружено, что в реальной жизни всегда присутствует тот или иной процент ошибок. Почему это происходит? Вероятно, потому, что перед человеком никогда не стоит задача просто воспринять другого человека. Образ партнера, который создается при знакомстве, - это регулятор последующего поведения, он необходим для того, чтобы правильно и эффективно построить общение в данной ситуации. Наше общение строится в зависимости от того, с кем мы общаемся, и для каждой категории партнеров существуют разные техники общения.

Особенно хорошо это видно на примере общения взрослых с маленькими детьми. Как часто многие взрослые не умеют разговаривать с малышами и как часто маленькие дети испытывают трудности в общении с незнакомыми взрослыми! Причина этих неудач - отсутствие у тех и других адекватной техники общения при таком огромном и явном превосходстве по всем параметрам у взрослых.

В каждой ситуации в "фокусе" восприятия оказываются те признаки другого человека, которые позволяют определить его принадлежность к той или иной группе в соответствии с особенностями ситуации и требованиями к построению дальнейшего поведения. Все же остальные черты и особенности, оказавшиеся "не в фокусе", просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь появляется вероятность ошибки. Таким образом, восприятие любого другого человека одновременно и верное и неверное, и правильное и неправильное.

Однако важно знать не только схему восприятия, но также и те знаки во внешности другого человека или в ситуации, которые "запускают" восприятие по этой схеме.

Исследования показывают, что для определения параметра превосходства в нашем распоряжении имеются два основных источника информации:

одежда человека, весь его имидж;

манера поведения человека (как он сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и так далее).

Кроме этих двух признаков, других у нас нет. Но эти источники реально

значимы лишь потому, что информация заложена в них в соответствии с исторически сложившимися стереотипами.

Выделить превосходство с помощью каких-то внешних, то есть видимых средств, всегда очень существенно.

В прежние времена это было настолько важно, что определенная одежда не только могла носиться людьми определенного статуса или общественного положения, но и должна была носиться ими. Например, в средние века церковь диктовала в одежде практически все, вплоть до малейших деталей. Этот диктат закреплялся определенными эдиктами, которые высекались на камне, устанавливавшемся посреди города. Понятно, что любой житель средневековой Европы, только взглянув на человека, сразу понимал, кто (в социальном плане) перед ним. Существовали периоды, когда система подобных предписаний разрабатывалась до мельчайших подробностей.

В Китае, например, вплоть до XX в., самой распространенной одеждой был халат, причем мужские и женские халаты отличались лишь деталями. Социальное положение определялось лишь фасоном (их было всего два) и цветом. Так, халат желтого цвета мог носить только император, коричневого и белого - престарелые сановники, красного и синего - герои. Студенты носили халаты голубого цвета, крестьяне - белого, бедняки - черного\*.

Вместе с демократизацией общества официальная роль одежды меняется. Сейчас, например, нет запретов или правил, каждый может надеть все, что захочет. Тем не менее, связь одежды с социальным положением остается достаточно сильной. Исследования показывают, что почти все взрослые люди могут по одежде определить социальный статус человека, а также примерно указать род занятий.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе человека. Именно поэтому все мы по манере поведения можем определить наше равенство или неравенство с другим человеком. В чем проявляется превосходство в манере поведения? Скорее всего, его можно определить как независимость в различных ситуациях и обстоятельствах.

*\* См.: Козлова В.Г.* Костюм как знаковая система. - М., 1980.

Сюда относится, прежде всего, независимость от партнера: человек показывает, что ему неинтересен тот, с кем он общается, его реакция, настроение, состояние или то, о чем он говорит. Такая внешняя независимость может выглядеть так же, как высокомерие, наглость, уверенность в себе. Независимость от ситуации общения обнаруживается в следующем: человек как бы не замечает некоторых ее аспектов - наличия свидетелей, неудачно выбранного момента, различных помех и так далее.

Такое поведение почти всегда свидетельствует об определенном превосходстве. Слишком расслабленная поза (например, развалившись в кресле) при важном разговоре может означать превосходство в ситуации, власть. Также бывает, что человек смотрит в сторону, в окно, рассматривает свои ногти - это явная демонстрация превосходства, власти (кстати, люди зависимые обычно внимательно смотрят на собеседника, "заглядывают в глаза"). Если человек говорит непонятно для собеседника, употребляет много специальных терминов, иностранных слов, то есть не стремится к тому, чтобы его поняли, то такое поведение фиксируется иногда как интеллектуальное превосходство\*.

Манера поведения может содержать в себе признаки превосходства по разным причинам: вследствие действительного превосходства, объективного или только субъективного, а также вследствие превосходства ситуативного. Безусловно, на восприятие превосходства влияет весь опыт человека и его внутренняя позиция. Отметим, что действие фактора превосходства начинается тогда, когда человек фиксирует превосходство другого над собой по знакам в одежде и манере поведения.

Если с определением знаков превосходства особых затруднений не возникает, то относительно знаков привлекательности все обстоит иначе. Все привыкли считать привлекательность только индивидуальным впечатлением.

\* См.: Выгодский *Я.С.* Исторический смысл психологического кризиса. - Соч. - Т.1. - М., 1982.

Можно сказать, что знаками привлекательности являются усилия человека выглядеть социально одобряемым образом в некоторой группе.

Знаком, "запускающим" соответствующую схему формирования впечатления, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами.

В любом случае мы должны осознавать, что ошибкой является не само по себе построенное по схеме первое впечатление, а использование этого впечатления не по адресу в длительном межличностном общении.

## 2. Длительное общение

Легче познать людей вообще, чем одного человека в частности.

Ф. Ларошфуко

В постоянном общении продолжают действовать результаты первого впечатления. Однако при постоянном и длительном общении нам может быть недостаточно только черт и свойств, приписанных партнеру при первом впечатлении. В постоянном общении становится важным более глубокое и объективное понимание партнера.

В реальном общении мы почти всегда примерно понимаем, что происходит с нашим партнером. При этом вряд ли каждый может в любой момент объяснить, почему ему кажется, что собеседник чем-то расстроен или не хочет продолжать разговор. Однако это понимание существует, иначе мы не стали бы выяснять, что же произошло, или стараться закончить беседу. Значит, восприятие другого человека в общении дает нам материал для выводов. Проблема состоит в следующем: мы иногда не знаем, что это за материал, что, собственно, мы восприняли и как это у нас вышло.

Общаясь с партнером, мы получаем большое количество информации о нем, его состоянии и переживаниях. Известно и то, что способности адекватного восприятия других индивидов у разных людей различные. Некоторые полагают, что это зависит от жизненного опыта. Тем не менее, каждый из нас наблюдал за людьми, имеющими большой жизненный опыт, но он им не помогал в общении. В то же время есть молодые люди, прекрасно умеющие вовремя увидеть что-то в партнере и понять, что с ним происходит. Маленькие дети у них отсутствует жизненный опыт, но многие знают, насколько верно и тонко дети воспринимают взрослых, буквально чувствуют их. Вероятно, существуют способности, позволяющие за внешними признаками видеть внутреннее содержание.

Как понять своего партнера? Психологические исследования показывают, что почти все детали внешнего облика человека могут нести информацию о его эмоциональных состояниях, об отношении к окружающим, а также о его отношении к себе.

Лицо человека, его жесты, мимика, общий стиль экспрессивного поведения, походка, его манера стоять, сидеть, привычные позы и их изменение во время разговора, пространственная ориентацияпо отношению к партнерам - все это имеет определенное содержание и несет информацию о внутренних состояниях человека. Конечно, то, что максимально привлекает наше внимание в облике другого человека, - это его лицо.

Действительно, можно сделать "умное" лицо и тем самым воздействовать на мнение о себе. Кроме того, лицо часто бывает "одухотворенным", "смешным", "просветленным", "угрюмым". Таким образом, первое, что отражается в лице человека, - это эмоции. Существуют семь основных выражений лица: счастье, удивление, страх, страдание, гнев, отвращение и интерес. Восприятие эмоционального состояния человека по лицу происходит очень быстро и точно.

Важную роль при чтении информации "с лица" играет направление взгляда.

Например, очень неприятно говорить с человеком, который все время не смотрит на вас, "отводит глаза". Точно также не очень приятно, когда на вас все время пристально смотрят. Что выражает направление взгляда? Зарубежные психологи считают, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса. Когда человек только формулирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону; когда мысль полностью сформулирована - на собеседника. Когда речь идет о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудность преодолевается - больше. Вообще же тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера - он смотрит на него только для того, чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и "посылает " ему сигналы обратной связи.

Однако хотя лицо является главным источником психологической информации, тем не менее, во многих ситуациях оно гораздо менее информативно, чем нам кажется. Это связано с тем, что мимика лица хорошо контролируется человеком, несмотря на расхожие представления о том, что лицо может выдавать человека даже тогда, когда он этого не хочет ("как на лице написано").

При определенных обстоятельствах, когда человек хочет скрыть свои чувства, лицо становится малоинформативным, а тело - главным источником информации для партнера. Некоторые психологи даже называют тело местом "утечки информации" о наших душевных состояниях.

Походка, также является одним из важнейших ключей к пониманию внутреннего состояния человека. Недаром походка так узнаваема - она строго индивидуальна. По походке довольно легко распознать эмоциональное состояние человека. Причем оказалось, что самая "тяжелая" походка - в состоянии гнева, самая большая длина шага - в состоянии гордости. Когда человек испытывает страдание, он почти не размахивает руками, они "висят", а если он счастлив, то он "летит", у него более частые и легкие шаги.

Для того чтобы умение понимать партнера начало проявляться в общении, необходимы не только и не столько знания и опыт, сколько нечто другое - особое отношение к партнеру, особая направленность на него. Какими бы опытными и умудренными жизнью и знаниями мы бы ни были, для того чтобы понять человека, нужно этого хотеть: хотеть понять, о чем он думает, отчего переживает, его точку зрения и образ мыслей.

Каждый может вспомнить ситуации, когда восприятие и понимание в общении были ясными, легкими, наполненными. Это отношения с любимыми, с близкими друзьями - все здесь происходит само собой, без труда и раздумий. В таких ситуациях нам очень хочется понять другого, не обидеть его, не сделать что-то не так.

Механизмом этого типа восприятия и понимания другого является эмпатия. Эмпатия основана на умении поставить себя на место другого, взглянуть на всё его глазами, прочувствовать его состояние и позицию и учесть их в своем поведении.

## 2.1 Наши поступки в общении

Человек есть не что иное, как ряд его поступков.

Г. Гегель

Мы рассмотрели вопросы нашего видения и понимания людей. Понимаем их действия, и не только потому, что человек лучше виден через свои поступки, но и потому, что адекватное понимание действий человека может, в конечном счете, привести к успеху взаимодействия с ним.

К примеру, вы приходите на работу, а ваш руководитель встречает вас комплиментами. С чего бы это? Вы действительно так хорошо выглядите сегодня или ему что-то от вас нужно? А может быть, у него просто хорошее настроение?

Вы рассказываете о своих проблемах другу, а он вдруг посередине разговора извиняется и просит отложить разговор на завтра. Почему? У него какое-то срочное дело именно сейчас или вы ему просто надоели со своими проблемами?

Для каждого из нас от понимания истоков действий и их причин во многом зависит построение взаимодействия с другим человеком. Пути и механизмы такого понимания не могли не заинтересовать психологов, поэтому возникло целое направление: исследование процессов и результатов каузальной атрибуции поведения.

Например, кто-то опаздывает на свидание с приятелями. Один из ожидающих считает, что это связано с плохой работой транспорта, другой предполагает, что опоздание - результат легкомыслия того, кто опаздывает, третий начинает сомневаться, не сообщил ли он опаздывающему другое, неверное место встречи, а четвертый считает, что их специально заставляют ждать. Таким образом, у каждого свои представления о причине опоздания. Первый видит ее в обстоятельствах, второй - в особенности личности опаздывающего, третий видит причину в себе, а четвертый считает опоздание намеренным и целенаправленным. Причины опоздания совершенно по-разному мотивируются, причем это связано с тем, что приятели по-разному проводят атрибуцию.

Когда происходит каузальная атрибуция? Необходимость в ней появляется в тех случаях, когда возникают неожиданные преграды и трудности на пути совместной деятельности. При возникновении трудностей и конфликтов, а также столкновении интересов или взглядов люди прибегают к каузальной атрибуции своего или чужого поведения и пытаются таким образом оказать влияние на дальнейшие события. Причем чем большие затруднения встречаются нам при взаимодействии, тем более серьезно мы подходим к поиску причин этих затруднений.

## 3. Самоподача в общении

Обаяние - это тогда, когда тебе говорят "да", когда ты ничего не просил.

А. Камю

Вобщении участвуют как минимум два человека, и каждый из них может активно влиять на восприятие партнера. Именно эта способность вмешательства в процесс формирования своего образа у партнера и называется самоподачей (у некоторых авторов - самопредьявление, самопрезентация). По существу, самоподача состоит в управлении вниманием.

Например, когда мы смотрим на дерево, наше внимание, в общем и целом зависит от нас самих: если у нас плохое настроение, то мы обращаем внимание на уродливые наросты на стволе, а если хорошее - то на зеленую листву. Дерево не в состоянии само управлять нашим вниманием - оно не может "прикрыть" некрасивое место ветвями, не может успокаивающе пошелестеть листьями. При восприятии конкретного человека все обстоит иначе. Каждый может управлять вниманием партнера - надеть яркую одежду, что-то подчеркнуть в своем поведении, а что-то затенить и, таким образом, создать своеобразную иерархию признаков своего образа. Управление вниманием может производиться невольно и неосознанно, с тем же успехом, что и осознанно, хотя, конечно, целенаправленная самоподача иногда может быть совершенно неотразимой.

Наверно, каждый человек хоть раз интересовался тем, какое впечатление он производит на других, то есть его волновало, какой результат дает его самоподача. Управление восприятием партнера происходит с помощью привлечения внимания к тем особенностям своего внешнего облика, своего поведения или представления о ситуации, которые "запускают" соответствующие механизмы социального восприятия.

К подобным механизмам социального восприятия относятся: самоподача превосходства, привлекательности, отношения, актуального состояния и причин поведения.

## 3.1 Самоподача превосходства

Для того чтобы быть эффективным, этот механизм социального восприятия должен опираться на некоторые объективные признаки, знаки превосходства - одежду, манеру речи и поведения. Но поскольку самоподача - это управление вниманием партнера, очень важно к тому же, чтобы эти факторы при подобном механизме социального восприятия были действительно заметны, акцентированы, подчеркнуты и выделены.

Например, модная молодежная одежда одного человека будет воздействовать на окружающих только в том случае, если она будет рассматриваться на фоне немодной одежды остальных. Когда все одеты одинаково, этот фактор не сработает.

Если же нам необходимо скрыть превосходство, то мы должны позаботиться об обратном. Когда молоденькая девушка надевает строгий темно-серый костюм, каждый понимает, что она идет не на танцы. Вероятно, для нее чрезвычайно важно подчеркнуть свой статус - ей нужно завуалировать молодость, акцентировать некоторую официальность.

Самоподача превосходства имеет очень большое значение для людей, специальность которых подразумевает профессиональное общение, - руководителей, юристов и многих других. Они, как правило, знают об этом, но не всегда понимают, какие имеются конкретные пути для достижения успеха. Именно поэтому во многих странах мира существуют консультативные фирмы, которые помогают "поставить" нужную самоподачу. Работа консультанта основана на тонком знании того, как в конкретных условиях определенной социальной группы воспринимаются представители других групп и как они должны выглядеть, чтобы их деятельность была эффективной.

Если показать превосходство при помощи одежды достаточно просто, то акцентировать превосходство в манере поведения значительно сложнее. Признаком превосходства здесь является независимость, за которой скрываются те или иные нарушения норм общения.

Например, вызывающее поведение молодежи - это способ подчеркнуть такой манерой поведения свое превосходство. Кто не слышал в общественном транспорте преувеличенно громкий смех, подчеркнутое употребление либо непонятных, либо нецензурных слов? Это своеобразный способ самоподачи - только через независимость в поведении (в данном случае - в речи). Разумеется, такое поведение - признак низкой культуры в общении.

## 3.2 Самоподача привлекательности

Привлекательность также является предметом управления. Причем если самоподача превосходства не всегда важна для человека, то самоподача привлекательности важна для каждого.

Правило самоподачи привлекательности очень простое: не одежда сама по себе делает нас привлекательными, а та работа, которая затрачена нами на ее приведение в соответствие с нашими внешними данными.

## 3.3 Самоподача отношения

Самоподача превосходства и самоподача привлекательности по значению и частоте употребления значительно проигрывают самоподаче отношения. Действительно, всегда очень важно уметь показать партнеру свое отношение к нему - чаще хорошее, но иногда и плохое.

Мы прекрасно осознаем, что хмурый вид, взгляд в сторону или мимо собеседника не располагают окружающих к подобному партнеру, в то время как улыбка, кивок согласия или открытый взгляд помогают наладить контакт. Но, конечно, и здесь наши знания и представления скорее интуитивны, чем точны. Обычно прямой взгляд интерпретируется как выражение хороших чувств. Но имеется одно существенное исключение. Если кто-то смотрит на нас прямо, пристально, непрерывно и упорно, то такой вызывающий взгляд часто интерпретируется скорее как знак враждебности, нежели дружелюбия.

Способы самоподачи отношения к нам можно разделить на вербальные и невербальные. Вербальные способы мы хорошо знаем по приемам, используемым подхалимами. Если проанализировать подобные приемы, то мы увидим, что главное в них - это умение как можно скорее выразить согласие с собеседником в значимых для него вопросах и ни в коем случае не возражать. Часто такие же приемы мы используем в ситуациях обыденного общения. Знакомимся с новым человеком наиболее приемлемая тактика найти общую тему для разговора. Причем важно найти именно такую тему, точки зрения по которой заведомо совпадают. Может быть, именно поэтому для начала общения так характерен разговор о погоде.

Арсенал невербальных средств разнообразен: показать свое отношение можно и кивком головы, и взглядом. Но, пожалуй, наиболее важны поза и расположение тела по отношению к собеседнику.

Если мы повернулись к собеседнику лицом, то это демонстрирует одно отношение, спиной - другое. Очень хорошо это прослеживается у детей: если ребенок любит взрослого, то он старается быть как можно ближе к нему, а если не любит, то убегает или прячется. Если у взрослых не принято поворачиваться спиной к собеседнику, то дети это делают постоянно: когда они обижены - отворачиваются, стоят боком, смотрят исподлобья. Все это - знаки определенного отношения.

Очень важно, чтобы вербальные и невербальные средства не противоречили друг другу: совпадение этих средств усиливает доверие к человеку.

Самоподача актуального состояния и причин поведения. Огромное количество таких часто употребляемых оборотов, как "я не виноват, что... ", "обстоятельства так сложились, что... ", "я был вынужден..." и так далее, являются достаточно простыми и всем доступными, наивными, если можно так выразиться, средствами самоподачи, в которой внимание партнера привлекается к той причине собственных действий, которая кажется нам наиболее приемлемой.

Самоподача влияет на общение всегда, совершенно независимо от того, насколько полно люди ее себе представляют и как они к ней относятся.

Если два приятеля собираются на важный разговор к руководителю и один из них считает необходимым надеть лучший костюм, белую рубашку и галстук, чтобы выглядеть "соответственно", а другой презирает такое подлаживание под ситуацию и поэтому идет в джинсах и старом свитере, то, несмотря на разное отношение к ней, самоподачу производят оба: первый "подает " официальность, уважение, статус, респектабельность, другой "предъявляет" независимость, наивность, самостоятельность.

Таким образом, самоподача объективно присутствует в любом общении, хочет того человек или нет. Это значит, что она в любой ситуации может послужить источником ошибок при восприятии другого человека. Самоподача играет важную роль в дружеских и деловых отношениях. Именно поэтому, если ее влияние недоучитывается, то это является непростительной ошибкой.

## Заключение

В ходе выполнения контрольной работы по теме "Перцептивные закономерности делового общения" цель была достигнута. Рассмотренные данные взаимосвязанные стороны общения играют огромную роль. Искусство общения, знание психологических особенностей и применение психологических методов крайне необходимы специалистам, работа которых предполагает постоянные контакты. Умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Это умение составляет основу жизненного и профессионального успеха. Общение с людьми - это наука и искусство. Здесь важны и природные способности, и образование. В зарубежных учебных заведениях проблеме общения уделяется огромное внимание. В обучающие программы обязательно включаются этика и психология делового общения.

## Список литературы

1. Абрамова Г.С. Введение в практическую психологию. - Брест, 1993.

2. Бодалев А.А. Личность и общение. - М., 1983.

3. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. - 2 - е изд. - М.: ИНФРА - М, 2007. - 295с.

4. Брудный А.А. Понимание и общение. - М., 1989.

5. Выготский Я.С. Исторический смысл психологического кризиса. - Соч. - Т.1. - М., 1982.

6. Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. - Киров, 1989.

7. Дебольский М. Психология делового общения. - М., 1992.

8. Жолобов Ю.В. Путь к диалогу. Психология делового общения. - Саратов, 1989.

9. Карандашев В.И. Основы психологии общения. - Челябинск, 1990.

10. Козлова В.Г. Костюм как знаковая система. - М., 1980.

11. Кузин Ф.А. Культура делового общения. - М., 1997.

12. Лунева О.В., Хорошилова Е.А. Психология делового общения. - М., 1987.

13. Методы практической психологии общения. - Л., 1990.

14. Мишаткина Т.В., Бороздина Г.В. Культура делового общения: Учеб. пособие. - Мн., 1997.

15. Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. - М. 1959. - С.180.

16. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: Пособие и словарь - справочник. - М., 1997.

17. Толстой Л.Н. Собр. Соч. - Т.12. - С.148.

18. Юсупов И.М. Психология взаимопонимания. - Казань, 1991.