***Тема: Коммуникативные барьеры и пути их преодоления***

**Содержание** Введение…………………………………………………………………………….3

1. Теоретическое обоснование проблемы возникновения коммуникативных барьеров в общении……………………………………………………………..5

 1.1. Основные подходы психологии в изучении общения……………….…….5

 1.1.1. Анализ феноменов коммуникаций в деловых формах общения…8

 1.2. Причины возникновения коммуникативных барьеров и конфликтов в общении…………...………………………………………………………..…..14

 1.3. Обзор и психологическая характеристика методов, средств преодоления барьеров в коммуникации………………………………………………..20

 1.3.1. Навыки и умения, необходимые руководителю для успешности делового общения………………………………………………….24

2. Психологическое исследование коммуникативных навыков……………….31

 2.1. Описание объекта исследования…………………………………………31

 2.2. Структура исследования………………………………………………….31

 2.3. Описание методов исследования………………………………………...32

 2.4. Количественный анализ…………………………………………………..34

Заключение………………………………………………………………………...37

Литература…………………………………………………………………………38

**Введение.**

Все мы постоянно находимся в ситуациях общения – дома, на работе, на улице, в транспорте; с близкими людьми и совсем незнакомыми.

И, конечно же, огромное количество контактов, в кото­рые ежедневно вступает человек, требует от него выпол­нения целого ряда условий и правил, позволяющих ему общаться, сохраняя личное достоинство и дистанцию по отношению к другим людям.

В целом взаимодействие с обществом сегодня должно строится на глубоком анализе и понимании всех факторов, способных повлиять на людей и на их отношение к компании, к ее товару или услугам.

В последние годы многие предприятия и организации получили право непосредственного выхода на внешний рынок, что заставляет фиксировать внимание на особенностях общения, связанных с этническими особенностями.

В наше время происходит постоянное расширение контактов на всех уровнях, что означает большую социальную мобильность. Многие специалисты утверждают, что чтобы не совершать ошибок, необходимо изучать психологические особенности своих партнеров, сослуживцев, подчиненных, конкурентов.

Именно по этому актуальность выбранной нами темы не вызывает сомнений.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых "формул", позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, "здравствуйте", "будьте добры", "разрешите принести извинения", "счастлив познакомиться с Вами"). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик. Очевидно, что в деловом общении важную роль играет правильная речь.

Правильная речь – это манера говорить, складывающаяся из верного тона, артикуляции, произношения, громкости и точного подбора слов. Речь – центральный элемент имиджа делового человека, поскольку воспринимается в совокупности с манерой одеваться, а в телефонном разговоре и вовсе является тем единственным каналом, через который можно внушить собеседнику представление о себе. Голос и используемые выражения – это ещё один компонент образа делового человека как профессионала

*Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.*

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

**1. Теоретическое обоснование проблемы возникновения коммуникативных барьеров в общении.**

**1.1. Основные подходы психологии в изучении общения.**

Поскольку психология делового общения – составная часть комплекса психологических наук, то она опирается на основные категории и принципы, разрабатываемые общей психологией.

Категория "общение" является базовой для социально-психологической теории. Существует множество подходов к обоснованию этого положения. Так например, анализируя научную литературу, Л.П. Буева рассмотрела следующие аспекты изучения общения:

1) информационно-коммуникативный (общение рассматривается как вид личностной коммуникации, в ходе которой осуществляется обмен информацией);

2) интеракционный (общение анализируется как взаимодействие индивидов в процессе кооперации);

3) гносеологический (человек рассматривается как субъект и объект социального познания);

4) аксиологический (общение изучается как обмен ценностями);

5) "нормативный" (выявляются место и роль общения в процессе нормативного регулирования поведения индивидов, а также анализируется процесс передачи и закрепления норм реального функционирования в обыденном сознании стереотипов поведения);

6) "семиотический" (общение описывается как специфическая знаковая система, с одной стороны, и посредник в функционировании различных знаковых систем — с другой);

7) социально-практический (праксиологический) (общение рассматривается как обмен деятельностью, способностями, умениями и навыками).[[1]](#footnote-1)

Общение можно рассматривать и в двух главных аспектах, как освоение личностью социокультурных ценностей и как ее самореализацию в качестве творческой, уникальной индивидуальности в ходе социального взаимодействия с другими людьми.

Рассмотрение проблем общения осложняется различием трактовок самого понятия "общение". Так, А. С. Золотнякова понимала общение как социально- и личностно-ориентированный процесс, в котором реализуются не только личностные отношения, но и установки на социальные нормы. Общение она видела как процесс передачи нормативных ценностей. Вместе с тем она подавала "общение" как-асоциальный процесс, через который общество влияет на индивида". Если соединить эти два положения, то можно увидеть, что для нее общение было процессом *коммуникативно-регулятивным,* в котором не только передается сумма социальных ценностей, но и регулируется их усвоение социальной системой.

А. А. Бодалев предлагает рассматривать общение как "взаимодействие людей, содержанием которого является обмен информацией с помощью различных средств коммуникации для установления взаимоотношений между людьми".[[2]](#footnote-2)

Авторы сборника "Психологические проблемы социальной регуляции поведения" рассматривают общение как "систему межличностного взаимодействия", ограничивая феномен общения только непосредственным контактом между индивидами.

Проблему общения исследовали и философы. Так, Б. Д. Парыгин считает, что "общение является необходимым условием существования и социализации личности". Л. П. Буева отмечает, что благодаря общению человек усваивает формы поведения. М. С. Каган рассматривает общение, как "коммуникативный вид деятельности", - выражающий "практическую активность субъекта.[[3]](#footnote-3)

Множественное понимание общения – в широком и в узком смысле слова – вытекает из самой логики понимания связи межличностных и общественных отношений. В данном случае уместно апеллировать к идее Маркса о том, что общение – безусловный спутник человеческой истории (в этом смысле модно говорить о значении общения в "филогенезе" общества) и вместе с тем безусловный спутник в повседневных контактах людей.

В качестве клеточки анализа социальной психологии рассматривают ситуацию контакта двух или более людей. Формы контакта: 1) простое присутствие, 2) обмен информацией, 3) совместная деятельность, 4) равная обоюдная или асимметричная активность.[[4]](#footnote-4)

Частью делового общения является речевая коммуникация. Ее образуют речевые акты, участвующие в процессе передачи информации и обмена деятельностью.

Если исходить из такого понимания «деловой» ситуации, можно заметить, что она предполагает достаточно широкий круг ситуаций, как в профессиональном общении, так и повседневной жизни. Тем не менее, оно оказывается созвучным и современному пониманию делового общения.

В последнее время в связи с развитием информационных технологий и расширением границ коммуникативного пространства, а также возрастающей роли бизнеса в общественной жизни любой страны, деловой стиль постоянно и охотно расширяет сферу своего функционирования.

**1.1.1. Анализ феноменов коммуникаций в деловых формах общения.**

Прежде чем перейти к анализу коммуникативных барьеров и конфликтов в общении, необходимо осветить понятийный аппарат форм делового общения.

**Общение** – сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее – реципиентом.

Общение — намеренное влияние и воздействие на по­ведение, состояние, установки партнера. При общении происходит обмен информацией, взаимовлияние, взаимо­оценка, сопереживание, формирование убеждений, взгля­дов, характера, интеллекта.[[5]](#footnote-5)

В общении можно выделить ряд аспектов[[6]](#footnote-6): содержание, цель и средства.

**Содержание общения** – информация, которая в меж индивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем (эмоциональном и т.д.) состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде. Наиболее разнообразно содержание информации в том случае, если субъектами общения являются люди.

**Цель общения** – отвечает на вопрос «Ради чего существо вступает в акт общения?». Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. У животных цели общения не выходят обычно за рамки актуальных для них биологических потребностей. У человека же эти цели могут быть весьма и весьма разнообразными я являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей.

**Средства общения** – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации – это способ ее передачи. Информация между людьми может передаваться с помощью органов чувств, речи и других знаковых систем, письменности, технических средств записи и хранения информации.

Частью делового общения, понимаемого в таком смысле, является речевая коммуникация. Ее образуют речевые акты, участвующие в процессе передачи информации и обмена деятельностью.

Коммуникации – понятие, используемое в социальной психологии в двух значениях:

1. Для характеристики структуры деловых и межличностных связей между людьми, например, структуры межгруппового общения ее участников.

2. Для характеристики обмена информацией в человеческом общении вообще, где коммуникация выступает как одна из сторон человеческого общения – информационная. Коммуникация включает обмен представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и т.п. между людьми в ходе совместной деятельности.[[7]](#footnote-7)

Если исходить из такого понимания «деловой» ситуации, можно заметить, что она предполагает достаточно широкий круг ситуаций, как в профессиональном общении, так и повседневной жизни. Тем не менее, оно оказывается созвучным и современному пониманию делового общения. Под деловым общением обычно имеется в виду процесс речевого взаимодействия двух или нескольких лиц «в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели[[8]](#footnote-8)». Это определение является достаточно широким, так как под него подпадают такие виды деятельности, как обучение (общность целей и достижение определенного результата), трудовые отношения (коллега/коллега), интервью, публичное выступление, экзамен, консультация и т.п. Все выше перечисленные ситуации могут характеризоваться в структурном и содержательном планах рядом признаков делового стиля. Более того, в последнее время в связи с развитием информационных технологий и расширением границ коммуникативного пространства, а также возрастающей роли бизнеса в общественной жизни любой страны, деловой стиль постоянно и охотно расширяет сферу своего функционирования.

Таким образом, коммуникация как совокупность речевых актов может быть направлена на решение конкретной проблемы или достижение необходимого результата, исходя из общих интересов и целей коммуникантов. Такого рода коммуникация составляет основу деловых отношений как в бизнесе, так и в повседневной жизни, и называется деловой.

Деловая коммуникация существует в двух формах: письменной (деловая корреспонденция и документация) и устной (деловая речь). Последняя является основой коммуникации в бизнесе, или деловом общении.

Однако деловая коммуникация может трактоваться и в более узком смысле – как деятельность, предполагающая достижение определенных интересов, целей в профессиональной сфере бизнеса.

Деловое общение всегда целесообразно. А значит и использование языковых средств в деловой речи четко подчинено личностной позиции по определенной проблеме и достижению позитивного результата в решении конкретной проблемы.

Деловое общение, как в своей письменной (деловая корреспонденция и документация), так и устной (деловая речь) формах отличается высокой степенью конвенциональноти, то есть жесткому следованию ряду общепринятых норм и правил, как речевого плана, и тогда мы говорим о речевом этикете, так и общеповеденческого (деловой этикет). Это обусловливает наличие постоянных формулировок, повторяющихся в одной и той же ситуации, например, при открытии совещаний, установления контактов на переговорном процессе и т.д., которые являются характерным признаком этого вида речевой деятельности.

Деловая коммуникация всегда возникает в определенном контексте и оказывается зависимой от него. Конкретная ситуация, в том числе и количество участников, характер поставленных целей, уровни взаимодействия с реципиентами, наделяет ее характерными особенностями, позволяющими выделить несколько форм ее проявления. К ним относятся: деловая беседа, деловое совещание, деловое публичное выступление, или презентация.

Целесообразное и незатрудненное применение языка в целях общения обеспечивают качество “хорошей” речи: точность, чистота, логичность, выразительность, богатство, уместность.

**Точность** – соответствие смыслового содержания речи и информации, которая лежит в её основе. Точность речи связывается с точностью словоупотребления, с правильным использованием многозначных слов, синонимов, антонимов, омонимов. Важнейшее условие точности речи – это соблюдение лексических норм.

Речь является точной, если говорящий отбирает те слова и конструкции которые точнее других передают оттенки смысла, существенные именно для данного высказывания.

**Чистота** означает отсутствие в речи чуждых литературному языку элементов (диалектных, профессиональных, жаргонных и др.)

**Логичность** – это выражение в смысловых связях компонентов речи связей и отношений между частями компонентами мысли.

**Выразительностью** речи называется качество, возникающее в результате реализации заложенных в языке выразительных возможностей. Выразительность может создаваться языковыми единицами всех уровней. Кроме того, существуют специфические изобразительные свойства языка (тропы, стилистические фигуры), делающие высказывание ярким, образным, эмоциональным. Экспрессия создаёт также употреблением крылатых слов, пословиц и поговорок.

**Богатство** – это широкое и свободное использование языковых единиц в речи, позволяющие оптимально выразить информацию.

**Уместность** – это употребление в речи языковых единиц, соответствующих целям, ситуации, условиям, содержанию общения.

Наиболее распространенной и чаще всего применяемой формой деловой коммуникации является деловая беседа. Обычно под деловой беседой понимают межличностное речевое общение нескольких собеседников с целью разрешения определенных деловых проблем или установления деловых отношений.

Одной из функций деловой беседы является поддержание деловых контактов и стимулирование деловой активности. Это предполагает формирование межличностных связей у партнеров.

**Структура общения**. К структуре общения можно подойти по-разному, в данном случае будет охарактеризована структура путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной[[9]](#footnote-9)1.

 Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Употребление этих терминов условно, иногда, в боле менее, аналогичном смысле употребляют и другие: в общении выделяют три функции – информационно-коммуникативная, регуляционно-коммуникативная, аффективно-коммуникативная[[10]](#footnote-10)1.

Особой формой общения является общение по телефону.

Главные требования культуры общения по телефону - краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Телефон налагает на того, кто им пользуется, и ряд иных требований. Ваш собеседник не может оценить ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы и ее продолжительность; молчание; интонация, выражающая энтузиазм и согласие или обратные реакции. Много значит, как быстро человек снимает трубку - это позволяет судить о том насколько он занят, до какой степени заинтересован, чтобы ему позвонили.

В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые беседы и переговоры. Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры, а методика ведения переговоров включается в программы подготовки специалистов различных профилей.

Деловые беседы и переговоры осуществляется в вербальной форме (англ. verbal - словесный, устный). Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, важную роль играет, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь (невербальное общение). Особую важность знание невербальных аспектов общения приобретает при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии.

**1.2. Причины возникновения коммуникативных барьеров и конфликтов в общении.**

Под барьерами общения подразумевают те многочис­ленные факторы, которые служат причиной конфликтов или способствуют им. Ведь у партнеров по общению часто разные, в нередко и противоположные желания, стремле­ния, установки, характеры, манеры общения, разное само­чувствие.

В психологии конфликт определяется как столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями.[[11]](#footnote-11)

Чтобы успешно преодолевать такие психологические барьеры, следует вооружиться элементарными знаниями о сущности потребностей, характеров, установок. Чтобы разобраться, в чем же причина межличностных столкно­вений, придется коснуться такого сложного психологичес­кого понятия, как потребность. Дело в том, что за любым поступком человека всегда кроются определенные цели, желания, а за конфликтом — столкновение несовмести­мых желаний партнеров по общению, когда удовлетворение стремлений одной стороны грозит ущемлением интересов другой. Если препятствия к удовлетворению разнообразных желаний — истоки, первопричина конфлик­тов, то «тяжелый характер», плохое самочувствие, на­строение, незнание психологии человека и дефекты техни­ки общения — их предрасполагающие и провоцирующие факторы, катализаторы. Именно они определяют, как скоро конфликт грянет и насколько он будет длительным и резким по форме.

Под потребностями подразумевают стремление к тем условиям, без которых невозможно поддерживать свое нормальное физическое и психическое состояние. Потреб­ность — осознаваемое и переживаемое человеком состоя­ние нужды в чем-либо. Осознанные потребности — это желания. Их человек может сформулировать, для реали­зации их он намечает план действий. Чем сильнее желание, тем энергичнее стремление преодолеть преграды на его пути. Давайте задумаемся, как много желаний пере­полняет каждого из нас; хочется быть здоровым и долго жить, любить и быть любимым, растить детей и радовать­ся их успехам, хочется интересной работы, похвалы, при­знания, наслаждений, красоты, музыки, новых ощущений и информации. Хочется, чтоб тебя понимали, хочется знать, для чего живем. И это лишь немногие характерные жела­ния, а сколько мелких преходящих желаний. И все они толкают нас на те или иные действия или поступки. Препятствия на пути их удовлетворения становятся при­чиной межличностных столкновений, особенно, если стал­киваются важные потребности и желания.

Выделяют классификацию потребностей:

1) первичные, витальные (врожденные, биологические) потребности: в пище, воде, сне-отдыхе, потребность в самозащите, роди­тельские потребности, сексуальные потребности. Эти ес­тественные потребности имеют общественно-личный ха­рактер, что находит свое выражение в том, что даже для удовлетворения узколичных потребностей (в пище) исполь­зуются результаты общественного труда и применяются исторически сложившиеся в данной общественной среде способы и приемы, т. е. все потребности социальны по способу удовлетворения;

2) культурные, приобретенные потребности имеют общественный характер по природе своего происхождения, они формируются под влиянием воспитания в обществе. Среди культурных потребностей выделяют материальные и духовные потребности. К ду­ховным относят потребность в общении, потребности в эмоциональном тепле, уважении, познавательные потреб­ности, потребности в деятельности, эстетические потреб­ности, потребность осознать смысл своей жизни. Даже не найдя ответа на этот вопрос, мы своей деятельностью доказываем, что имеем определенные цели, которым отда­ем свою энергию, знание, здоровье. А цели бывают очень разные: открытие научной истины, служение искусству, воспитание детей. Но иногда это лишь стремление сделать карьеру, заполучить дачу, машину и т. п. Тот, кто не знает, ради чего и кого он живет, не удовлетворен судь­бой.[[12]](#footnote-12)

Но недостаточно понять причины неудовлетворения желаний. Важно осознать, адекватные ли действия пред­принимал человек, чтобы добиться своего. Чаще всего разочарование постигает тех, кто ставит перед собой нере­альные, недостижимые по объективным и субъективным причинам задачи.

Потеря интереса к работе, а тем более изначальное его отсутствие — один из факторов, приводящих человека к нервозности и конфликтам. Попробуйте спросить кого-либо, как он относится к своей работе. Ответы могут быть разные: «очень люблю», «в целом нравится, но» все в ней устраивает», «она мне безразлична», «терпеть не могу, при первой же возможности уйду». И если спросить, ус­тает ли он на работе и как быстро восстанавливаются его силы, то вы убедитесь, что, при одних и тех же затратах энергии, степень утомляемости зависит от эмоционального отношения к работе. Чем интереснее работа, тем меньше усталость, раздраженность, тем быстрее восстанавливают­ся силы и душевное равновесие. Безразличное, а тем более отрицательное отношение к работе вызывает у человека отрицательные эмоции, даже вспышки агрессивности; и, придя домой, он не может расслабиться, позабыть непри­ятности, в результате усталость сохраняется до утра, а там снова на работу. Причина нервозности и конфликтности такого человека в том, что не удовлетворяются его потребности в интересной работе.

За любыми поступками, конфликтами всегда кроются определенные причины. Понять их — значит понять чело­века. А легко ли понять, что стоит за конфликтом? Увы, нет. Ибо, чтобы продолжить деятельность, не встречаю­щую одобрения окружающих, одна или обе враждующие стороны выдвигают ложную, но внешне благородную мо­тивировку, в которую со временем сами подчас начинают верить. «Я ненавижу Н., потому что он завистник и кон­серватор», а в действительности потому, что он помешал достижению личных целей. «Я плохо занимаюсь, т. к. у меня нет математических способностей» (а фактически нет желания и интереса).

Мотивы поведения человека и цели поведения могут не совпадать: одну и ту же цель можно ставить перед собой, руководствуясь разными мотивами. Цель показыва­ет, К чему стремится человек, а мотив — почему он к этому стремится.

Мотив имеет сложную внутреннюю структуру:

1) с возникновением потребности, нужды в чем-то, сопровож­даемой эмоциональным беспокойством, неудовольствием начинается мотив;

2) осознание мотива ступенчато: внача­ле осознается, в чем причина эмоционального неудоволь­ствия, что необходимо человеку для существования в данный момент, затем осознается объект, который отвеча­ет данной потребности и может ее удовлетворить (форми­руется желание), позже осознается, каким образом, с по­мощью каких действий возможно достичь желаемого;

3) реализуется энергетический компонент мотива в реальных поступках.

Мотив может быть неосознанным, если осознание потребности не вполне соответствует подлинной нужде, вы­зывающей неудовлетворение, т. е. человек не знает под­линной причины своего поведения. К неосознанным мо­тивам относят: влечение, гипнотические внушения, установки, фрустрационные состояния.

Влечение — недостаточно отчетливо осознанная пот­ребность, когда человеку не ясно, что влечет его, каковы его цели, что он хочет. Влечение — это этап формирова­ния мотивов поведения человека. Неосознанность влече­ний преходящая, т. е. потребность, в них представленная, либо угасает, либо осознается.

Гипнотические внушения могут оставаться неосознан­ными длительное время, но они носят искусственный характер, сформированы «извне». А установки и фрустрации возникают естественным путем, оставаясь неосознанны­ми, определяют поведение человека во многих ситуациях.

Прошлый опыт незамет­но, неосознанно подготавливает человека реагировать имен­но так, а не иначе, т. е. сформировавшейся в человеке не­осознанной готовностью к определенному поведению, го­товностью положительно или отрицательно реагировать на те или иные события, факты. Установка проявляется привычными суждениями, представлениями, поступками. Однажды выработанная, она остается на более или менее длительное время. Скорость образования и затухания ус­тановок, их подвижность разная у разных людей. Уста­новки как неосознанная готовность воспринимать окружа­ющее под определенным углом зрения и реагировать определенным, заранее сформировавшимся образом, без пол­ного объективного анализа конкретной ситуации, форми­руются как на основе личного прошлого опыта человека, так и под влиянием других людей.

Воспитание и самовоспитание личности во многом сводится к постепенному формированию готовности реаги­ровать на что-либо должным образом, иными словами, К формированию установок, полезных для человека и для общества. Уже в раннем детстве родители сознательно и бессознательно формируют образцы поведения, установки:

«Не плачь — ты мужчина», «Не пачкайся — ведь ты девочка» и т. п., т. е. ребенок получает эталоны, установ­ки «доброго - злого, красивого - безобразного, хорошего - пло­хого». И к тому возрасту, когда мы начинаем себя осоз­навать, мы находим у себя в психике массу закрепившихся чувств, мнений, взглядов, установок, которые оказывают влияние и на усвоение новой информации, и на отноше­ние к окружающему. Эти часто неосознаваемые установки действуют с огромной силой на человека, заставляя вос­принимать и реагировать на мир в духе установок, усво­енных с детства.

Установки могут быть отрицательными и положитель­ными в зависимости от того, отрицательно или положи­тельно готовы мы отнестись к тому или иному человеку, явлению. Такие отрицательные предвзятые закрепившие­ся взгляды («все люди — эгоисты, все учителя — форма­листы, все торговые работники — нечестные люди») могут упорно сопротивляться объективному пониманию поступ­ков реальных людей. Восприятие одного и того же явле­ния различными людьми может быть разным. Это зависит от их индивидуальных установок. Поэтому нет ничего уди­вительного в том, что не всякая фраза понимается одина­ково. В беседе отрицательная установка может быть на­правлена на:

1) личность самого собеседника (если бы то же самое говорил кто-то .другой, это бы воспринималось совсем иначе),

2) на суть беседы («не могу в это пове­рить», «так говорить недопустимо»),

3) на обстоятельства разговора («сейчас не время и здесь не место для подобных обсуждений»).

Если вы считаете, что, то или иное ваше предложение может быть незаслуженно отвергнуто партнером по общению, постарайтесь сформировать у него положительную установку до того, как он выскажет свое мнение. Для этого должны быть подготовлены и представ­лены убедительные факты, обоснования в пользу вашего предложения.

Фрустрациоиные состояния, возникающие в результа­те фрустраций могут вызывать существенные изменения в мотивации человека, побуждая его быть агрессивно-завистливым обвинителем всех и каж­дого (не осознавая этого и не понимая, почему он так реагирует), либо побуждая человека чувствовать себя во всем виноватым, никчемным, лишним, неполноценным («регрессивная фрустрация, самообвинение). Фрустрированность человека, степень выраженности его фрустрационного состояния выступает как мощный неосознанный фактор, побуждающий человека к. определенным устойчи­вым формам реагирования в разнообразных ситуациях. Фрустрированность может увеличиваться, если человек сталкивается с ситуациями, в которых возникают непре­одолимые препятствия к достижению цели:

1) нехватка внешних средств или внутренних способностей для дости­жения цели;

2) потери и лишения, которые исправить невозможно (например, сгорел дом, умер любимый чело­век);

3) конфликты (внешние конфликты с какими-то людьми, которые не дают возможности человеку достичь желаемой цели, либо внутренние конфликты самого чело­века между разными желаниями, чувствами, моральными убеждениями не позволяют ему принять решение и до­стичь цели). Фрустрированность возрастает, накапливает­ся, если человек не стремится овладеть методами самоуп­равления, саморегуляции, приемами восстановления эмоционального равновесия.

**1.3. Обзор и психологическая характеристика методов, средств преодоления барьеров в коммуникации.**

Исследователи указывают - поскольку конфликты часто порождают такое эмоциональ­ное состояние, в котором трудно мыслить, делать выводы, по­дойти творчески к разрешению проблемы, то *при разрешении конфликтной ситуации придерживайтесь следующих правил.*

1. Помните, что в конфликте у человека доминирует не ра­зум, а эмоции, что ведет к аффекту, когда сознание просто от­ключается, и человек не отвечает за свои слова и поступки.

2. Придерживайтесь многоальтернативного подхода и, на­стаивая на своем предложении, не отвергайте предложение партнера, задав себе вопрос: "Разве я никогда не ошибаюсь?" Постарайтесь взять оба предложения и посмотрите, какую сумму выгод и потерь они принесут в ближайшее время и потом.

3. Осознайте значимость разрешения конфликта для себя, задав вопрос: "Что будет, если выход не будет найден?" Это позволит перенести центр тяжести с отношений на проблему.

4. Если вы и ваш собеседник раздражены и агрессивны, то необходимо снизить внутреннее напряжение, "выпустить пар". Но разрядиться на окружающих — это не выход, а выходка. Но если уж так получилось, что потеряли контроль над собой, по­пытайтесь сделать единственное: замолчите сами, а не требуйте этого от партнера. Избегайте констатации отрицательных эмо­циональных состояний партнера.

5. Ориентируйтесь на положительное, лучшее в человеке. Тогда вы обязываете и его быть лучше.

6. Предложите собеседнику встать на ваше место и спросите:

"Если бы вы были на моем месте, то что бы вы сделали?" Это снимает критический настрой и переключает собеседника с эмоций на осмысление ситуации.

7. Не преувеличивайте свои заслуги и не демонстрируйте знаки превосходства.

8. Не обвиняйте и не приписывайте только партнеру ответ­ственность за возникшую ситуацию.

9. Независимо от результатов разрешения противоречий ста­райтесь не разрушить отношения.

Конфликты в личностно-эмоциональной сфере руководителю приходится разрешать не только в деловой, но и в личностно-эмоциональной сфере. При их раз­решении применяются другие методы, поскольку в них, как правило, трудно выделить объект разногласий, отсутствует столкновение интересов.

1. Необходимо иметь в виду, что у таких людей есть некото­рые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлы­ми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким образом. Например, сверхагрессивный человек своей агрессив­ностью пытается подавить малодушие и пугливость.

2. Следует взять под контроль свои эмоции и дать выход эмоциям этого человека, если намерены продолжать с ним об­щаться.

3. Не принимать на свой счет слова и поведение данного че­ловека, зная, что для удовлетворения своих интересов трудный человек так ведет себя со всеми.

4. При выборе подходящего стиля действия в конфликтной ситуации вам следует учитывать, к какому типу людей он отно­сится. В книге "Общение с трудными людьми" Роберт Брэмсон выделяет следующие типы трудных людей, с которыми ему пришлось работать в различных фирмах!:

• агрессист — говорящий грубые и бесцеремонные, зади­рающие других колкости и раздражающийся, если его не слушают. Как правило, за его агрессивностью скрывается боязнь раскрытия его некомпетентности;

• жалобщик — человек, охваченный какой-то идеей и об­виняющий других (кого-то конкретно или весь мир в це­лом) во всех грехах, но сам ничего не делающий для ре­шения проблемы;

• "разгневанный ребенок" — человек, относящийся к этому типу, по своей природе не зол, а взрыв эмоций отражает его желание взять ситуацию под свой контроль. Напри­мер, начальник может вспылить, чувствуя, что его подчи­ненные потеряли к нему уважение;

• максималист — человек, желающий чего-то без промедле­ния, даже если в этот нет необходимости;

• молчун — держит все в себе, не говорит о своих обидах, а потом внезапно срывает зло на ком-то;

• "тайный мститель" — человек, причиняющий неприятно­сти с помощью каких-то махинаций, считая, что кто-то по­ступил неправильно, а он восстанавливает справедливость;

• "ложный альтруист" — якобы делающий вам добро, но в глубине души сожалеющий об этом, что может проявить­ся в виде саботажа, требования компенсации и т.п.;

• "хронический обвинитель" — всегда выискивающий ошибки других, считая, что он всегда прав, а обвиняя, можно решить проблему.

Можно выделить и другие типы трудных людей, но правила поведения с ними в общем одинаковы.

5. Если считаете необходимым продолжение общения с трудным человеком, вы должны настаивать на том, чтобы чело­век говорил правду, неважно - какую. Вы должны убедить его в том, что ваше отношение к нему будет определяться тем, на­сколько он правдив с вами и насколько последовательно он бу­дет поступать в дальнейшем, а не тем, что он будет во всем с вами соглашаться.

Таким образом, в конфликтной ситуации или в общении с трудным человеком вы должны попытаться увидеть в нем не только друга, но и лучшие качества, поскольку вы уже не смо­жете изменить ни систему его взглядов и ценностей, ни его пси­хологические особенности и особенности его нервной системы, т.е. необходимо подобрать к нему "ключик", исходя из вашего жизненного опыта и желания не осложнять ситуацию и не дово­дить человека до стресса. Если же не смогли к нему "подобрать ключ", то остается одно-единственное средство — перевести такого человека в разряд стихийного бедствия.

Но прежде чем переходить к разрешению конфликта, постарайтесь ответить на следующие вопросы:

• хотите ли благоприятного исхода;

• что нужно сделать, чтобы лучше владеть своими эмоциями;

• как бы вы себя чувствовали на месте конфликтующих сторон;

• нужен ли посредник для разрешения конфликта;

• в какой атмосфере (ситуации) люди могли бы лучше от­крыться, найти общий язык и выработать решения.

**1.3.1. Навыки и умения, необходимые руководителю для успешности делового общения.**

Успех переговоров в целом во многом зависит от результатов таких предварительных контактов. Заслуживают внимания шесть основных правил налаживания отношений между партнерами на предварительных переговорах и рекомендации по их реализации, предлагаемые американскими специалистами. Эти правила, кстати, сохраняют свое значение и в ходе ведения переговоров.

1. Рациональность. Необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.

2. Понимание. Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.

3. Общение. Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.

4. Достоверность. Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.

5. Избегайте менторского тона. Недопустимо поучать партнера. Основной метод - убеждение.

6. Принятие. Постарайтесь принять другую сторону и, будьте открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

Наиболее оптимальными днями для переговоров являются вторник, среда, четверг. Самое благоприятное время дня - через полчаса - час после обеда, когда мысли о еде не отвлекают от решения деловых вопросов. Благоприятная среда для переговоров может быть создана, в зависимости от обстоятельств, в вашем офисе, представительстве партнера или на нейтральной территории (конференц-зал, приспособленные для переговоров номер гостиницы, зал ресторана и т.д.).

Успех переговоров во многом определяется умением задавать вопросы и получать исчерпывающие ответы на них. Вопросы служат для управления ходом переговоров и выяснения точки зрения оппонента. Правильная постановка вопросов способствует принятию нужного вам решения. Существуют следующие виды вопросов.

Информационные вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о чем-либо.

Контрольные вопросы важно использовать во время любого разговора, чтобы выяснить, понимает ли вас партнер. Примеры контрольных вопросов: "Что вы об этом думаете?", "Считаете ли вы так же, как и я?".

Направляющие вопросы необходимы тогда, когда вы не хотите позволить собеседнику навязать вам нежелательное направление беседы. С помощью таких вопросов вы можете взять в свои руки управление ходом переговоров и направить их в необходимое вам русло.

Провокационные вопросы позволяют установить, чего в действительности хочет ваш партнер и верно ли он понимает положение дел. Провоцировать - значит бросать вызов, подстрекать. Эти вопросы можно начинать так: "Вы уверены, что сможете ...?", "Вы действительно считаете, что...?"

Альтернативные вопросы представляют собеседнику возможность выбора. Число вариантов, однако, не должно превышать трех. Такие вопросы предполагают быстрый ответ. При этом слово "или" чаще всего является основным компонентом вопроса: "Какой срок обсуждения подходит вам больше всего - понедельник, среда или четверг?".

Подтверждающие вопросы задают, чтобы выйти на взаимопонимание. Если ваш партнер пять раз согласился с вами, то на решающий шестой вопрос он также даст положительный ответ. Примеры: "Вы придерживаетесь того же мнения, что ...?", "Наверняка вы рады тому, что...?"

Встречные вопросы направлены на постепенное сужение разговора и подводят партнера по переговорам к окончательному решению. Считается невежливым отвечать вопросом на вопрос, однако встречный вопрос является искусным психологическим приемом, правильное использование которого может дать значительные преимущества.

Ознакомительные вопросы предназначены для выявления мнения собеседника по рассматриваемому вопросу. Это открытые вопросы, требующие развернутого ответа. Например: "На какой эффект вы рассчитываете при принятии этого решения?".

Вопросы для ориентации задаются, чтобы установить, продолжает ли ваш партнер придерживаться высказанного ранее мнения. Например: "Каково ваше мнение по этому пункту?", "К каким выводам вы при этом пришли?".

Однополюсные вопросы - подразумевают повторение собеседником вашего вопроса в знак того, что он понял, о чем идет речь. При этом вы убеждаетесь, что вопрос понят правильно, а отвечающий получает время для обдумывания ответа.

Вопросы, открывающие переговоры, весьма важны для эффективного и заинтересованного обсуждения. У партнеров по переговорам сразу же возникает состояние положительного ожидания. Например: "Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему ..., ничем, при этом, не рискуя, заинтересует вас это?".

Заключающие вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один -два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: "Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?", "Убедились ли вы, насколько просто все решается?". А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: "Какое время реализации этого предложения вас больше устраивает - май или июнь?"

 Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких этических норм и принципов, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность.

Точность. Одна из важнейших этических норм, присущих деловому человеку. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

Честность. Включает не только верность принятым обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

Корректность и такт. Не исключает настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний и т.д.

Умение выслушать. Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

Конкретность. Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной, и включать факты, цифровые данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнерам. Речь должна подкрепляться схемами и документами.

И последнее, негативный исход деловой беседы или переговоров не является основанием для резкости или холодности при завершении переговорного процесса. Прощание должно быть таким, чтобы в расчете на будущее позволило сохранить контакт

Итак, чтобы ваша беседа была результативной независимо от того, с кем вы разговариваете необходимо: во-первых понравиться собеседнику, для этого установлены основные правила которые способствуют достижению данной цели:

* Искренне интересуйтесь другими людьми.
* Улыбнитесь.
* Помните, что имя человека – это самый сладостный для него звук на любом языке.
* Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других говорить о самих себе.
* Говорите о том, что интересует вашего собеседника.
* Внушайте собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне.

Во-вторых – уметь управлять процессом общения, воздействуя на людей не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды. Для этого существуют свои правила, соблюдение которых позволяет воздействовать на людей, не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды:

* Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.
* Указывайте на ошибки других не прямо, а косвенно.
* Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.
* Задавайте собеседнику вопросы вместо того, чтобы ему что-то приказывать.
* Давайте людям возможность спасти свой престиж.
* Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте их успех. Будьте чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу.
* Создавайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.
* Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, на что вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.
* Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать, то что вы предлагаете.

В-третьих, выбрав цель вашей беседы, старайтесь склонить людей к вашей точке зрения мягко без давления и не навязывая вою идеологию. Если человек считает вашу точку зрения – своей, он стремиться к достижению вашей цели – как к своей. Для этого надо знать, что:

* единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него;
* проявляйте уважение к мнению вашего собеседника. Никогда не говорите человеку, что он не прав;
* если вы не правы, признайте это быстро и решительно;
* с самого начала придерживайтесь дружелюбного тона;
* заставьте собеседника сразу же ответить вам «да»;
* пусть большую часть времени говорит ваш собеседник;
* пусть ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему;
* искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения вашего собеседника;
* относитесь сочувственно к мыслям и желаниям других;
* взывайте к более благородным мотивам;
* драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно;
* бросайте вызов, задевайте за живое;

Можно ко всему добавить еще следующее:

Кто хочет успешно дискутировать, должен попытаться как можно больше узнать о своем собеседнике.

Джен Ягер(американский психолог) выделяет такие наиболее важные принципы этики общения по телефону.

1. Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка.

2. Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.

3. Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.

4. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.

5. Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.

6. Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.

7. Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника по какому номеру перезвонить и кого позвать.

**2. Практическое применение собеседования при приеме на работу.**

**2.1. Описание объекта исследования.**

 В нашем исследовании было протестировано 22 человека (10 мужчин и 12 женщин), работающих в одной команде в центре «Алегат». Все они занимаются продвижением товаров, распространяющих фирмой. Возраст участников от 21 до 37 лет. Выборка была случайной.

 **2.2. Структура исследования.**

Целью нашего исследования является оценка коммуникативных склонностей каждого из членов коллектива, и определить уровень общительности, и с этой целью использовали следующие методики: 1) оценка коммуникативных и организаторских склонностей в процессе первичной профконсультации; 2) Тест «Общительность». При интерпретации полученных данных мы решили сравнить их с успешностью деятельности, так как организация работы компании «Алегат» построена на процентно-сдельной оплате труда. Чем эффективнее сотрудники используют свои личностные качества, навыки общения при проведении переговоров, заключении договоров, телефонных переговоров, тем выше их заработок. Исходя из этого, определенно, что одним из ярких проявлений эффективности трудовой, а главное, коммуникативной деятельности, является начисленная им заработная плата. Именно по этому, мы сравним полученные результаты: уровень коммуникативных и организаторских способностей, уровень общительности с уровнем заработной платы.

**2.3. Описание методов исследования.**

*1. Оценка коммуникативных и организаторских склонностей в процессе первичной профконсультации.*

Методика состоит из сорока вопросов, может проводиться как индивидуально, так и в группе. Оценка производится по пяти бальной системе.

Испытуемые, получившие оценку 1, характеризуются низ­ким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей.

Испытуемым, получившим оценку 2, коммуникативные и организаторские склонности присущи на уровне ниже среднего. Они не стремятся к общению, чувствуют себя скованно в новой компа­нии, коллективе, предпочитают проводить время наедине с собой, ограничивают свои знакомства, испытывают трудности в установ­лении контактов с людьми и, выступая перед аудиторией, плохо ориентируются в незнакомой ситуации, не отстаивают свое мнение, тяжело переживают обиды, проявление инициативы в обществен­ной деятельности крайне занижено, во многих делах они предпочи­тают избегать принятия самостоятельных решений.

Для испытуемых, получивших оценку 3, характерен средний уровень проявления коммуникативных и организаторских склонно­стей. Они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают свое мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчи­востью. Эта группа испытуемых нуждается в дальнейшей серьезной и планомерной воспитательной работе по формированию и разви­тию коммуникативных и организаторских склонностей.

Испытуемые, получившие оценку 4, относятся к группе с высоким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей. Они не теряются в новой обстановке, быстро находят друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых, зани­маются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают уча­стие ворганизации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации. Все это они делают не по принуждению, а согласно внутренним устремлениям.

Испытуемые, получившие высшую оценку — 5, обладают очень высоким уровнем проявления коммуникативности и органи­заторских склонностей. Они испытывают потребность в коммуни­кативной и организаторской деятельности и активно стремятся к ней, быстро ориентируются в трудных ситуациях, непринужденно ведут себя в новом коллективе, Инициативны, предпочитают в важ­ном деле или в создавшейся сложной ситуации принимать самосто­ятельные решения, отстаивают свое мнение и добиваются, чтобы оно было принято товарищами, могут внести оживление в незнако­мую компанию, любят организовывать всякие игры, мероприятия, настойчивы в деятельности, которая их привлекает. Они сами ищут гакие дела, которые бы удовлетворяли их потребность в, коммуника­ции и организаторской деятельности.

*2. Тест «Общительность».*

Состоит из 15 вопросов, может проводиться как индивидуально, так и в группе. Суммированные баллы определяют шесть критериев оценки:

1. Вы явно некоммуникабельны, и это беда, от которой страдаете больше вы сами (30-32 б.).

2. Вы замкнуты, неразговорчивы, предпочитаете одиночество, поэтому у вас мало друзей (25-29 б.).

3. Вы достаточно общительны, в незнакомой ситуации чувствуете себя вполне уверенно. В ваших высказываниях может быть порой слишком много сарказма, причем, без всяких оснований. (19-24 б.).

4. У вас нормальная коммуникабельность. Без неприятных переживаний начинаете новое дело, идете на встречу с новыми людьми. Хотя, вероятно, на любите шумных компаний, многословие вас раздражает (15-18 б.).

5. Вы, должно быть, «рубаха парень», всюду чувствуете себя в своей тарелке, охотно высказываетесь по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Беретесь за любое дело, хотя не всегда можете успешно довести его до конца (6-14 б.).

6. Ваша общительность явно чрезмерна, вы говорливы, многословны, вмешиваясь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения. Вспыльчивы, нередко необъективны. Людям трудно с вами.

**2.4. Анализ результатов исследования.**

Сводная таблица данных по проведенным методикам.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| возраст | пол | Оценка коммуникативных и организаторских склонностей | Оценка по т. «Общительность» | Уровень заработной платы |
| 21 | Ж  | 5 | 4 | высокий |
| 21 | Ж | 3 | 5 | средний |
| 22 | М  | 3 | 4 | высокий |
| 22 | Ж  | 2 | 2 | низкий |
| 22 | Ж  | 3 | 6 | средний |
| 22 | Ж  | 2 | 5 | низкий |
| 23 | Ж  | 4 | 4 | высокий |
| 23 | Ж  | 2 | 6 | низкий |
| 23 | Ж  | 2 | 6 | низкий |
| 24 | Ж  | 4 | 3 | средний |
| 25 | М | 4 | 3 | средний |
| 26 | Ж  | 3 | 4 | высокий |
| 26 | Ж  | 4 | 4 | высокий |
| 26 | М  | 2 | 6 | низкий |
| 28 | М  | 2 | 5 | низкий |
| 30 | М  | 3 | 4 | средний |
| 31 | М  | 3 | 6 | низкий |
| 34 | Ж  | 2 | 5 | средний |
| 34 | М  | 4 | 4 | высокий |
| 36 | М | 2 | 5 | средний |
| 37 | М | 3 | 6 | низкий |
| 37 | М | 5 | 3 | высокий |

1. По тесту *«Оценка коммуникативных и организаторских склонностей в процессе первичной профконсультации».*

Сводная таблица данных.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Параметры при анализе | Количество человек | Кол-во человек, в % |
| 1 | - | - |
| 2 | 8 | 36% |
| 3 | 7 | 32% |
| 4 | 5 | 23% |
| 5 | 2 | 9% |

*2.* По тесту *«Общительность».*

Сводная таблица данных.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Параметры при анализе | Количество человек | Кол-во человек, в % |
| 1 | - | - |
| 2 | 1 | 4% |
| 3 | 3 | 14% |
| 4 | 7 | 32% |
| 5 | 5 | 23% |
| 6 | 6 | 27% |

3. Уровень заработной платы мы разделили на: высокий, средний, низкий, путем определения среднеарифметического числа:

Сумма всех зарплат за год/ количество работников;

Определим коэффициент верхнего и нижнего порогов среднеарифметического показателя: Сумма максимальной выплаты деленной на кол-во человек и минимальной выплаты, также, деленной на кол-во чел.

Средний уровень заработной платы: от 3581 руб. до 4496 руб. в месяц.

 Сводная таблица данных.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Уровень заработной платы | Количество человек | Кол-во человек, в % |
| Высокий | 7 | 32% |
| Средний | 7 | 32% |
| Низкий  | 8 | 36% |

Подведем итоги.

В исследованном нами коллективе преобладают люди, у которых коммуникативные и организаторские склонности на уровне ниже среднего или среднего уровня, предпочитающие проводить время наедине с собой, ограничивают свои знакомства, испытывают трудности в установ­лении контактов с людьми и, во многих делах они предпочи­тают избегать принятия самостоятельных решений., планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчи­востью. А уровень общительности средний и выше среднего.

Наши исследования показали, что люди принимавшие участие в исследовании обладая хорошими показателями общительности не обладают коммуникативными и организаторскими способностями. Это и естественно, так как общительность подразумевает под собой психологические качества личности, зависимые от индивидуальных особенностей, а коммуникативные и организаторские – от навыков и опыта.

Очень четко прослеживается зависимость результата труда (заработная плата) от уровня коммуникативных и организаторских склонностей: при высоком и среднем уровне последних высокий заработок, при низком – он заметно уменьшается. Это наглядно видно на диаграмме, отражающей полученные нами показателей по каждому человеку.

**Заключение.**

В современной науке об общении столь огромное количество несовпадающих, а иногда противоречащих понятий и определений, что затрудняет изучение и использования на практике форм и механизмов общения.

Если попытаться определить нашу позицию в вопросе об общении, мы, прежде всего, должны подчеркнуть, что общение является одним из видов деятельности. И, если это понимать так, то для нас аксиомой является интенциональность (наличие специфической цели, самостоятельной или подчиненной другим целям, наличие специфического мотива, по которому его результативность – мера совпадения достигнутого результата с намеченной целью).

Так, в нашей работе речь идет о коллективной трудовой деятельности, где нас интересовала эффективность трудовой деятельности за счет умения сотрудниками преодолевать коммуникативные барьеры, добиваться желаемых результатов благодаря своим умениям и навыкам в сфере общения.

Таким образом, взаимодействие (интеракция) опосредованно общением. Благодаря общению люди могут вступать во взаимодействие. Иначе, взаимодействие, интеракция – это коллективная деятельность, которая рассматривается нами не со стороны содержания или продукта, а в плане социальной ее организации. Что касается общения, то это один из факторов интеракции или, если быть более точным, - совокупность таких факторов. Эти факторы становятся коммуникативными, когда они используются в ситуациях взаимодействия.

Что касается деятельности, то она является тем, в чем актуализуется общественное отношение, психологическим содержанием процесса общения; в этом и только в этом смысле можно разграничивать общение и взаимодействие, то есть интеракцию.

**Литература.**

Андреева Г.М. Социальная психология. – М., Аспект Пресс, 1996.

Зимняя И.А. Психология обучения иностранному языку в школе. – М., 1991.

Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. – М., 1972.

Ломов Б.Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида//

 Психологические проблемы социальной регуляции поведения, - М., 1976.

Немов Р.С. Психология. Книга 1: Основы общей психологии. – М., Просвещение, 1994.

Общение и оптимизация совместной деятельности. Под ред. Андреевой Г.М. и Яноушека Я. М., МГУ, 1987.

Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, "Сибирское соглашение", 1999.

Л.Д. Столяренко Основы психологии. Ростов н/Д.: "Феникс", 1997г

Немов Р.С. Психология. Книга 1: Основы общей психологии. – М., Просвещение, 1994.

Психологический словарь. – М., 1983 г. –Г. В. Бороздина. Психология делового общения. М., 1999.

Ломов Б.Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида// Психологические проблемы социальной регуляции поведения, - М., 1976.

Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др.; Под ред. Проф. В.Н. Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997.

Митителло В.Л., Этика и этикет делового человека., Самара, 1992

Венидиктова В.И. О деловой этике и этикете, Москва, 1997

Голуб И.Б., Розенталь Д.Э. Книга о хорошей речи, Москва, 1997

Леонтьев А.А. Психология общения, Москва, 1999

Дорошко В.Ю. Зотова. Л.И. Психология и этика делового общения, Москва, 1997 г.

1. Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, "Сибирское соглашение", 1999. – с. 40. [↑](#footnote-ref-1)
2. Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, "Сибирское соглашение", 1999. – с. 41. [↑](#footnote-ref-2)
3. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 1996. – с. 78. [↑](#footnote-ref-3)
4. Л.Д. Столяренко Основы психологии. Ростов н/Д.: "Феникс", 1997г. – с. 252. [↑](#footnote-ref-4)
5. Л.Д. Столяренко. Основы психологии. Ростов н /Д.: Издательство «Феникс», 1997 г. – с. 247. [↑](#footnote-ref-5)
6. Немов Р.С. Психология. Книга 1: Основы общей психологии. – М., Просвещение, 1994. [↑](#footnote-ref-6)
7. Психологический словарь. – М., 1983 г. – с. 154. [↑](#footnote-ref-7)
8. Г. В. Бороздина. Психология делового общения. М., 1999. [↑](#footnote-ref-8)
9. 1 Андреева Г.М. Социальная психология. – М., Аспект Пресс, 1996. [↑](#footnote-ref-9)
10. 1 Ломов Б.Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида// Психологические проблемы социальной регуляции поведения, - М., 1976. [↑](#footnote-ref-10)
11. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др.; Под ред. Проф. В.Н. Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. – с.180. [↑](#footnote-ref-11)
12. Л.Д. Столяренко. Основы психологии. Ростов н /Д.: Издательство «Феникс», 1997 г. – с. 248. [↑](#footnote-ref-12)