1. **Общая хар-ка общения.** Общение – это форма активности, осуществляемая между людьми, как равными партнерами, и приводящая к возникновению психологического контакта.

Значение общения в жизни человека:

1. Отсутствие общения (маугли)
2. Дефицит общения (болтливость, навязчивость, одушевление)
3. Дисгармоничное общение (ссоры)

**2 . Формы общения.** К формам общения относятся индивидуальные и групповые беседы, разговоры по телефону, совещания, переговоры, конференции, собрания, митинги, дискуссии, полемика и др.

Беседа является наиболее распространенной формой общения. Она осуществляется с целью передачи информации, обмена мыслями, чувствами и др.

**3. Виды общения:**

1. Контакт масок (нет стремления понять человека, стандартный подход (строгость, вежливость, безразличие))

2. Примитивное общ. (оценка другого как нужного или не нужного объекта)

3. Формально-ролевое общ. (игра социальн. ролей: кондуктор – пассажир, продавец - покупатель)

4. Деловое общ. (учитываются интересы дела).

5. Светское общ. (говорят не то что думают, а то что положено (вежливость, такт, одобрение))

**4. Типы межличностного общения** **Функционально-ролевое общение**. Это общение на уровне социальных ролей партнеров (начальник и подчиненный, учитель — ученик, продавец, покупатель). Здесь задействованы определенные нормы и ожидания. Общаются ролевые маски. Переход от ролевого общения к межличностному и обратно часто используют в деловых контактах.  
**Межличностное общение**. Собственно, почти все, что мы здесь рассматриваем, имеет прямое отношение к этому типу общения. Подразумевается (как наиболее обычная модель) участие двух людей в межличностном общении, хотя минимальное полное число участников общения три. Разница между этими типами общения в том, что для третьего отношения двух других объективны: он не может на них влиять прямо, а только через отношения с одним из них. При общении двух третий всегда присутствует незримо или как социальная норма, или как мнение близкого друга, или другого авторитета.  
**Деловое общение.** Его можно легко выделить из функционально-ролевого. Деловое общение — это вид межличностного общения, направленного на достижение какой-то предметной договоренности. В деловом общении всегда есть цель. Полагается, что в деловом общении решаемые проблемы затрагивают не интересы «маски», а самого индивида, и он мобилизуется.  
**Межличностное общение** крайне многопланово. Но, пожалуй, наиболее практически интересны моменты влияния людей друг на друга. Наиболее серьезно этим занимаются психотерапия и различные школы практической психологии. Центральным здесь является понятие доверия, причем доверие это — не сообщение кому-то чего-то по секрету, а принятие от другого информации без критического фильтра, без проверки. Крайняя форма такого общения — раппортное.  
**Раппортное общение**. Это общение с односторонним доверием — доверяет пациент. Обоюдное доверие связано с полной взаимной свободой, открытостью и принятием каждого таким, каков он есть. Доверие, возникнув и укрепившись, имеет тенденцию углубляться: люди раскрывают друг перед другом все более глубокие пласты своего внутреннего мира.

**5. Коммуникативная сторона общения.** Коммуникация – это специфический обмен информацией.

Структура коммуникации:

Коммуникатор (тот. кто передает информацию) → Сообщение (сама информация) или Средство сообщения (устный или письменный носитель информации) → Объект коммуникации (тот, кому передается информация).

1. Вербальная коммуникация – речь.
2. Невербальная – жесты. мимика. пантомимика.

**6. Вербальные средства общения** Общение осуществляется посредством знаковых систем. Различают вербальные (речевые) и невербальные (неречевые) средства общения.

**Речь** является универсальным средством общения, так как при этом менее всего теряется смысл сообщения. Речевая информация передается при помощи текста в устной и письменной формах. Преимущества письменной речи – точность формулировок, развернутость, богатство словаря, логика изложения. Преимущества устной речи – экономичность, эмоциональная насыщенность. В качестве недостатков выступают речевые ошибки, многозначность.

В общении важно наличие обратной связи. При вербальной информации это может иметь форму переспрашивания, уточнения вопроса и прочее (безоценочная обратная связь); содержать оценку информации (оценочная обратная связь); критику или корректировку (негативная обратная связь); одобрение или поддержку (позитивная обратная связь).

**7. Невербальные средства общения** нужны для создания психологического контакта между партнерами, выражения эмоций, отражающих истолкование ситуации. Подразделяются на три группы.

1. **Визуальные**: кинесика (движения частей тела); направление взгляда и визуальный контакт; выражение глаз, лица; поза; кожные реакции; дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство); вспомогательные средства общения – особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировки, усы, борода, сигарета и т. п.).

2. **Акустические**: связанные с речью (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте); не связанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубами, хлюпанье носом и т. п.).

3. **Тактильные**: физическое воздействие (ведение слепого за руку, контактный танец и др.); такевика (пожатие руки, хлопание по плечу).

**8. Рефлексивное и нерефлексивное слушание.**

слушать – это не просто слышать звук, а сосредотачиваться на воспринимаемом, понимать значение звуков.

1. неэффективное слушание – не обеспечивает правильного понимания звуков, слов, чувств другого.
2. эффективное слушание – понимание обсуждаемой проблемы и осознание решения ее.

* **Нерефлексивное –** (внимательное молчание) умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника (слушание с невербальными средствами6 жесты, мимика, взгляд)
* **Рефлексивное** — это процесс расшифровки смысла сообщений и установления активной обратной связи (используются речевые приемы : уточнение, переспрашивание)

**9. Коммуникативные барьеры. (Барьеры непонимания)**

1. Фонетический барьер – когда участники говорят на различных языках и диалектах, дефекты речи, быстрый темп, много слов паразитов.

2. Семантические - проблема жаргонов и сленгов, проф. терминов.

3. Стилистический – несоответствие стиля речи ситуации общения (дети не воспримут рассказ, если стиль будет сухой или наукообразный).

4. Логические барьеры – когда логика слишком сложна для восприятия, либо кажется неверной (мужская и женская, богатых и бедных).

**10. Интерактивная сторона общения (взаимодействия).** Берн выделил три эгосостояния:

1. Родитель (воспроизводит поведение своих родителей)

2. Ребенок (воспроизводит поведение, ощущения, переживания, характерные для него в детстве)

3. Взрослый (находится в максимальном контакте с реальностью. Адекватно воспринимает информацию, перерабатывает ее и принимает разумные решения)

В разные периоды времени один и тот же человек ведет себя по-разному.

Взаимодействие эффективно тогда, когда позиции совпадают.

**11. Перцептивная сторона общения (понимание и восприятие человека человеком).**

Правильно воспринимать человека – означ. создавать верный образ этого человека как личности, адекватно оценивать те психолог. свой-ва, которыми он обладает.

Образ человека:

1. Внешность (по внешнему виду определяем, что он из себя представляет).
2. Извлечение из опыта похожих людей и их особенностях.
3. Речь (Употребляем. слова и выражения, интонация, паузы, ударения, громкость, темп, тембр)
4. Действия (телодвижения, мимика, жесты)
5. Поступки (дают возможность оценить мораль человека и его ценности)

**12. Каузальная атрибуция** – процесс приписывания другому человеку причин его поведения в том случае, когда информация об этих причинах отсутствует. Такое приписывание делается по принципу аналогии: либо на основе сходства поведения объекта восприятия с поведением какого-либо знакомого лица или известного человека, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в подобной ситуации.

При этом если объекту приписываются негативные черты, то себя человек оценивает, как правило, с положительной стороны.

Характер атрибуций зависит от того, является ли субъект участником какого-либо события или его наблюдателем. Г. Келли выделил три типа атрибуции: **личностный** (когда причина приписывается лично себе или автору ситуации (*кто договорился – тот и виноват*)), **объектная** (когда ответственность приписывается тому с кем что-то произошло (*виноват опоздавший*)) и **обстоятельственный** (когда причина приписывается обстоятельствам). Установлено, что если субъект выступает с позиции наблюдателя, то он чаще использует личностную атрибуцию, если с позиции участника – то обстоятельственную.

**13. Механизмы социальной перцепции** – способы, посредством которых люди интерпретируют, понимают и оценивают другого человека. Наиболее распространенными являются: эмпатия, аттаракция, каузальная атрибуция, идентификация, социальная рефлексия.

* **Эмпатия** – постижение эмоционального состояния другого человека, понимание его эмоций, чувств, переживаний.
* **Аттаракция** – особая форма восприятия и познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивого позитивного чувства. Рассматривается в трех аспектах: **процесс формирования привлекательности другого человека; результат данного процесса; качество отношений**. Существует на уровне индивидуально-избирательных межличностных отношений, характеризующихся взаимной привязанностью их субъектов. Важна и в деловом общении, что проявляется в выражении доброжелательности к клиенту.
* **Идентификация** – отождествление себя с другим, один из самых простых способов понимания другого человека – уподобление себя ему. В отличие от эмпатии здесь в большей степени происходит интеллектуальное отождествление, результаты которого тем успешнее, чем более точно наблюдатель определил интеллектуальный уровень того, кого он воспринимает.
* **Социальная рефлексия** – понимание субъектом своих собственных индивидуальных особенностей и того, как они проявляются во внешнем поведении; осознание того, как он воспринимается другими людьми. Часто люди имеют искаженный образ самого себя. Это касается не только социальных проявлений внутреннего состояния, но и даже внешнего облика.

**14. Эффекты межличностного восприятия: «первичности и новизны», «ореола», «стереотипа».**

* **Эффект первичности** возникает, когда по отношению к незнакомому человеку более значимой оказывается первая информация.

**Эффект новизны** возникает тогда, когда по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, т. е. более новая информация о нем.

* **Эффект ореола** - распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нем на восприятие его поступков и личностных качеств. При формировании и развитии первого впечатления о человеке эффект ореола может выступать в форме позитивной оценочной пристрастности («положительный ореол») и негативной оценочной пристрастности («отрицательный ореол»). *Если первое впечатление о человеке благоприятно, то его поведение, черты и поступки оцениваются положительно, а отрицательные черты как бы недооцениваются или не замечаются. Если общее первое впечатление оказалось отрицательным, то даже положительные его качества и поступки в последующем или не замечаются вовсе, или недооцениваются на фоне гипертрофированного внимания к недостаткам.*
* **Социальный стереотип** - устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной группы. Очень часто стереотип возникает относительно групповой принадлежности человека, например принадлежности его к какой-то профессии. Тогда ярко выраженные профессиональные черты у встреченных в прошлом представителей этой профессии рассматриваются как черты, присущие всякому представителю этой профессии ("все учительницы назидательны", "все бухгалтеры - педанты" и т.д.).

**15. Определение резюмирования.**

Резюмирование - это подведение итогов. Суть этого приема слушания в том, что мы своими словами подводим итог основным мыслям собеседника. Резюмирующая фраза - это речь собеседника в "свернутом" виде, ее главная идея.

1. Наиболее часто резюмирование используется на деловых совещаниях. Искусство руководителя, ведущего планерку, на которой предлагаются различные пути решения проблемы. Иначе очень скоро совещание сможет конкурировать со знаменитым одесским базаром.

2. Когда группа людей долго обсуждает одну и ту же проблему. В этом случае необходимо время от времени делать резюмирование сказанного, как бы завершая одну часть разговора и перекидывая мостик к следующей. Без такого рода высказываний группа может зайти в тупик, обсуждая мелкие замечания и забыв о сути дела.

3. Полезно резюмирование и в конце телефонного разговора, особенно если слушающий после беседы должен что-то сделать: "Значит, главное, что Вы хотели бы от меня - это..."

4. Интересно и такое использование этого приема. Прежде, чем высказать несогласие с чьей-то точки зрения, можно вначале выделить в ней главное, подытожить сказанное - тогда не придется распыляться, приводя контрдоводы , но ответить на суть возражения собеседника. А еще более элегантно - попросить сделать резюме его самого: он должен будет избавить свое возражение от всего второстепенного, что значительно облегчает нам задачу.

5. Используя прием резюмирования, можно помогать собеседнику четко сформулировать свои мысли, представить в ясной форме и даже развить идеи, которые были у него на уровне догадок и невнятных фраз, но сохранив у него ощущение, что к этой мысли пришел он!

ПРАВИЛА РЕЗЮМИРОВАНИЯ

1. Для резюмирования могут сказаться полезными следующие вступительные фразы:

"Таким образом, главное..."

"Итак, Вы предлагаете..."

"Ваша основная идея, как я понял, в том, что..."

"Если теперь подытожить сказанное Вами..."

**16. Конфликт как особая форма воздействия. Виды конфликтов.**

Конфликт – это обострение отношений, когда позиции и цели сторон становятся несовместимыми или воспринимаются таковыми.

1. Межличностный. В качестве сторон выступают отдельные люди.
2. Внутриличностный. Происходит внутри личности.
3. Межгрупповой. Между 2-я группами.
4. Группа и личность.

**17. Функции конфликтов.**

1. **Конструктивная.** Раскрывает важную проблему, дает выход скопившемся негативным эмоциям, отказ от противоправных действий, повышает уровень организованности, улучшает психологический климат.
2. **Деструктивная**. Негативные последствия конфликта (неприязнь, эмоциональная напряженность, психическая травма, нарушение закона, военные столкновения). Чаще становится независимым от первопричины и легче переходит на «личности».

Для него характерно расширение вовлеченных участников, остроты высказываний, наращивании напряженности.

**18. Структура конфликта.**

Структура конфликта – это конфликтная ситуация, позиции участников (оппонентов), объект, “инцидент" (пусковой механизм), развитие и разрешение конфликта.

**Объект конфликта** – это ценность (материальные; социальные; духовные), которая способна удовлетворить потребность, из-за овладения которой возникает конфликт.

**Участники конфликта**, которыми могут быть отдельные индивиды, социальные группы, организации, государства, коалиции государств.

**Условия конфликта** – конкретно-исторические социально-психологические условия, в которых конфликт развертывается, социальная среда.

**Социальная среда** – та почва, на которой возникает и развивается конфликт, включая не только ближайшее, но и дальнее, более широкое окружение конфликтующих сторон, те большие социальные группы, к которым они принадлежат, национальные или классовые, а также общество в целом.

**Субъективное восприятие или образ конфликта**, который создается у действующих в данной конфликтной ситуации лиц или групп. Образ конфликта может не соответствовать истинному положению дел. Эти образы являются непосредственной основой поведения конфликтантов.

**19. Причины возникновения конфликтов.**

1**) общие причины и предпосылки**:

а) неблагоприятные материальные условия жизнедеятельности большинства граждан;

б) отрицательные групповые настроения, состояние беззащитности и т. п.;

в) недостатки внимание к нуждам, запросам и социальным ожиданиям людей;

г) противоречия в общественном мнении и негативные настроения;

д) различные виды дифференциации людей (по возрасту, опыту, национальной принадлежности и т. д.);

е) недостатки в организации трудового, образовательного процесса, досуга;

ж) недостатки в руководстве и работе с людьми (игнорирование или слабое удовлетворение их интересов и потребностей, чувство беззащитности, социальной несправедливости, бесправия);

з) возникновение отрицательно направленных микрогрупп и негативного лидерства;

и) деформации социализации граждан и увеличение числа людей с негативным отношением к социальной среде, нормам, порядкам, с низким уровнем социального сознания, моральности, духовности, ослаблением потребности к труду, усилившимися примитивными потребностями, негативными бытовыми привычками (пьянство, наркомания, вседозволенность в отношениях с окружающими), агрессивностью, злопамятством, жестокостью, склонностью к силовому поведению;

2) **личностные причины**:

а) расхождение ценностных ориентаций, целей, мотивов, интересов и потребностей. Ценностные характеристики всегда относительны и индивидуальны: одни гибнут за металл, другие – за идею. Расхождение личностных смыслов и значений является одной из основных причин конфликтов и определяет линию поведения в конфликте, его стратегию и тактику;

б) несовпадение характеров индивидов – эта причина особенно характерна для групп, находящихся в длительном, локальном и постоянном общении. Так, конфликты часто возникают при длительном общении холерика и меланхолика. Особенно тяжелы в общении люди с выраженными акцентуациями характера;

в) противоречие между различными установками личности, образующими идеальные типы индивидуальности. Так, чревато конфликтом взаимодействие теоретика и практика в силу их противоположных внутренних жизненных устремлений: теоретик во всем ищет истину, а практик – пользу;

г) неадекватные представления (разрыв между ожидаемым и реальным результатом), оценки (например, оценка руководителем подчиненных и подчиненными руководителя) и самооценки являются особенно частой причиной конфликтного поведения в деловом общении, в котором нельзя по собственной воле выйти из взаимодействия или применить тактику избегания;

д) различия в манерах поведения, которые уменьшают степень взаимопонимания между людьми и затрудняют их сотрудничество, также могут стать причиной конфликта;

е) различия в этических ценностях людей, когда нравственные нормы поведения одних вступают в противоречие с нормами других.

**20. Стратегии поведения в конфликтных ситуациях.**

**Принуждение (борьба, соперничество)** Тот, кто выбирает данную стратегию поведения, ставит свои интересы намного выше интересов оппонента, более того, можно сказать, что они его никоим образом не интересуют.

**Уход.** Данная стратегия отличается желанием не ввязываться в конфликт.

**Уступка** Личность, пользующаяся данной стратегией, стремится уйти от конфликта. Оценка личных интересов низкая, а чужих – достаточно высокая, т.е. человек, принимающий стратегию уступки приносит свои интересы в жертву интересов оппонента.

**Компромисс** Компромиссную стратегию поведения можно охарактеризовать как баланс интересов конфликтующих сторон или как стратегия взаимной уступки.

**Сотрудничество** Личность, пользующаяся данной стратегией, на одинаково высоком уровне оценивает интересы соперника и свои собственные. Основа данной стратегии – баланс интересов и признание ценности межличностных отношений.

**21. Способы разрешения конфликтов.**

**уклонение –** метод реагирования на конфликт, выражающийся в игнорировании и фактическом отрицании конфликта. Используется в том случае, когда затрагиваемая проблема не представляет важности, ее решение может быть отсрочено, в безнадежном положении, когда человек чувствует себя неправым или вынужден подчиняться. Его используют также в случае необходимости общения со сложным человеком;

**сглаживание –** удовлетворение интересов другой стороны через приспособление, уступки, соглашение, жертвуя своими интересами в пользу другого человека. Используется в случае малой значимости случившегося, когда необходимо сохранить мир и добрые отношения, когда итог намного важнее для другого человека, чем для вас, в случае понимания своей неправоты, когда мало власти или мало шансов победить и др.

**конкуренция –** используется активными людьми, предпочитающими идти к разрешению конфликта своим собственным путем. Может быть использован в случаях, когда исход очень важен и на него делается большая ставка, при обладании достаточным авторитетом для принятия решения, при необходимости быстрого принятия решения, при соответствующих властных полномочиях, при отсутствии другого выбора или в случае, когда нечего терять, в критической ситуации и др.

**компромисс –** открытое обсуждение мнений и позиций, которые направлены на поиск решений наиболее удобного и приемлемого для обеих сторон. Используется в случае, когда недостаточно времени, при одинаковой власти, когда устраивает временное решение и др.

**сотрудничество –** форма разрешения конфликта, при котором удовлетворение интересов обоих сторон более важно, чем решение самого вопроса. Используется в случае длительного дружеского сотрудничества, когда есть время для проработки вопроса и др.

**22. Правила поведения в конфликтных ситуациях.**

1. **непредвзято относись к инициатору конфликта**, попытаться понять его позицию «изнутри», поставив себя на его место.

2. **не расширяй предмет спора**. Обе стороны должны отчетливо и ясно сформулировать, прежде всего, для себя, что их не устраивает и раздражает. Затем полно и понятно изложить причину своих претензий.

3**. решать спорный вопрос в настоящем.** Не вспоминать и не приписывать прошлые обиды и ссоры.

**4. открытость общения, не переходить на личностные оскорбления**. Стремиться к доброжелательности и создавать климат взаимного доверия. Помнить, что резкость вызывает резкость.

5. **сдерживать эмоции**.

6. **аргументировано высказывать свои намерения.**

7. **преодолевать самолюбие**. Быть готовым признавать собственную неправоту, преодолевать амбиции, понимать то, что в конфликте в той или иной мере виноваты обе стороны, но на примирение идет тот, кто нравственнее, мудрее, сильнее духом.

23. **Характеристика стилей общения (авторитарный, демократический, попустительский).**

**«Авторитарным»** (директивным, властным) называют стиль лидерства, при котором лидер действует властно, директивно, жестко распределяя роли между членами группы, сосредоточивает основные функции управления у себя в руках.

**«Демократический»** (коллегиальный, коллективный) лидер стремится управлять группой совместно с подчиненными, давая им достаточную свободу действий.

**«Попустительский»** (анархический, либеральный) стиль лидерства - форма руководства, при которой лидер отстраняется от активного управления группой, позволяя членам группы делать все, что им захочется.

**24. Формы деловой коммуникации (деловая беседа, беседа по телефону, деловое совещание, публичная речь, презентация, самопрезентация).**

* **Деловая беседа** состоит из пяти фаз: (начало беседы; передача информации; аргументирование; опровержение доводов собеседника; принятие решений). К основным функциям любой деловой беседы можно отнести следующие: начало инновационных мероприятий и процессов; контроль и координирование уже начатых мероприятий, акций; обмен информацией; взаимное общение работников одной организации, межличностные и деловые контакты; поддержание деловых контактов с партнерами во внешней среде; поиски, выдвижение и оперативная разработка новых идей и замыслов; стимулирование движения человеческой мысли в новых направлениях.
* **Беседа по телефону.** Говорить надо медленно, спокойно, достаточно громко и внятно. Чем меньше времени в вашем распоряжении, тем меньше вы можете себе позволить углубляться в разъяснения того, что ваш собеседник не понял с первого раза; выделять голосом особо значимые слова, меняйте интонацию; сознательно менять силу голоса, не говорить монотонно; употреблять короткие предложения, в которых формулируйте только одну мысль; периодически делать паузы, давая возможность собеседнику "переварить" сказанное вами; говорить голосом зрелого человека, не манерничать; говорить по телефону, сидеть прямо, не напрягаясь, держаться спокойнее, сосредоточеннее; улыбаться во время разговора, тогда голос делается более приятным.
* Одним из организующих моментов **делового совещания** является правильно составленная повестка совещания. Это, как правило, письменный документ, рассылаемый заранее участникам и содержащий следующую информацию: тема совещания; цель совещания; перечень обсуждаемых вопросов; время начала и окончания совещания; место, где оно будет проходить; фамилии и должности докладчиков, выступающих по основной информации людей и ответственных за подготовку вопросов; время, отведенное на каждый вопрос; место, где можно ознакомиться с материалами по каждому вопросу. Когда участники совещания информированы заранее о предмете обсуждения, тогда они могут не только предварительно ознакомиться с материалами, но и продумать конструктивные предложения по решению проблем.
* **Публичная речь** как компонент делового общения должна обладать качествами хорошего собеседования и при этом быть не только убедительной, но и красноречивой, доказательной, логичной, продуманной, красивой. Она должна быть составлена правильно в композиционном отношении и содержать вступление, основную часть и заключение.
* **Самопрезентация** – это управление впечатлением, которое оратор производит на аудиторию с целью влияния на нее. Самопрезентация – это вербальная и невербальная демонстрация собственной личности в системе внешних коммуникаций.

**25. Этика делового общения. Профессиональная этика.**

**Профессиональная этика** представляет собой систему моральных принципов, норм и правил поведения специалиста с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации. Профессиональная этика должна быть неотъемлемой составной частью подготовки каждого специалиста.

Содержание любой профессиональной этики складывается из общего и частного. Общие принципы профессиональной этики, базирующиеся на общечеловеческих нормах морали, предполагают:

а) профессиональную солидарность (иногда перерождающуюся в корпоративность);

б) особое понимание долга и чести;

в) особую форму ответственности, обусловленную предметом и родом деятельности.

**26. Межличностное общение: императивное, манипулятивное, диалогическое.**

**Межличностное общение** связано с непосредственными контактами людей в группах или парах. Оно подразумевает знание индивидуальных особенностей партнера и наличие совместного опыта деятельности, сопереживания и понимания.

1. **Императивное общение** - это авторитарная (директивная) форма воздействия на партнера по общению. Его основной целью является подчинение одним из партнеров себе другого, достижение контроля над его поведением, мыслями, а также принуждение к определенным действия и решениям. В данном случае партнер по общению рассматривается как бездушный объект воздействия, как механизм, которым надо управлять; он выступает пассивной, "страдательной" стороной. Особенность императивного общения в том, что принуждение партнера к чему-либо не скрывается. В качестве средств влияния используются приказы, указания, требования, угрозы, предписания и т. п.

2. **Манипулятивное** общение сходно с императивным. Основной целью манипулятивного общения является оказание воздействия на партнера по общению, но при этом достижение своих намерений осуществляется скрытно. Манипуляцию и императив объединяет стремление добиться контроля в том, что при манипулятивном типе партнер по общению не информирует о своих истинных целях, цели скрываются или подменяются другими.

3. **Диалогическое** общение является альтернативной императивному и манипулятивному типам межличностного общения. Оно основано на равноправии партнеров и позволяет перейти от фиксированной на себе установки к установке на собеседника, реального партнера по общению.

**27. Техники общения:**

1. **Имя собственное**. основан на частом произнесении вслух И. О. партнера. Вызывает положительные эмоции, снимает сопротивление, демонстрирует расположение к собеседнику.

2. **Золотые слова.** Комплименты позволяют настроить собеседн. на сотрудничество, вызвать полож. эмоции, создать атмосферу доверия и сотрудничества.

3. **Зеркало отношений.** Улыбка и доброжелательность. Способствует положительному настрою, демонстрирует уважение к партнеру, создает у него чувство уверенности.

4. **Терпеливый слушатель.** Терпеливое и внимательное выслушивание собеседника.

**28. Правила убеждения.**

1. **Привило Гомера**. Аргументы различаются по степени воздействия на ум и чувства людей: сильные, слабые и несостоятельные. Встречные аргументы (контраргументы) имеют ту же градацию. Излишняя убедительность всегда вызывает отпор. Очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильные — средние — один самый сильный.

2. **правило Сократа**. Для получения положительного решения по важному для вас вопросу поставьте его на третье место, предпослав ему два коротких, простых для собеседника вопроса, на которые он без затруднения ответит вам «да».

3. **убедительность аргументов в значительной степени зависит от имиджа и статуса убеждающего**. Одно дело, когда убеждающий — человек авторитетный, уважаемый, другое — когда незначительный, не принимаемый всерьез.

4. **не принижайте статус.** Любое проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику принижает его статус и вызывает, как правило, негативную реакцию.

5. **к аргументам приятного нам собеседника мы относимся снисходительно, а к аргументам неприятного — с предубеждением**

6. **желая переубедить, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чем собеседник согласится с вами.**

7. **проявите эмпатию** Эмпатией называется способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания.

8. **избегайте конфликтогенов.** Конфликтогенами называются слова, действия (или бездействие), могущие привести к конфликту.

9. **мимика, жесты и позы убеждающего должны подкреплять слова, быть дружественными по отношению к зрителям.**

10. **покажите, что предлагаемое вами удовлетворит какую-то из потребностей слушателя**

**29. Приемы саморегуляции поведения в процессе общения.**

**Саморегуляция —** это управление своим психоэмоциональным состоянием, которое достигается путем воздействия человека на самого себя с помощью слов, мысленных образов, управления мышечным тонусом и дыханием. Приемы саморегуляции можно применять в любых ситуациях. Они способствуют полноте восстановления сил, нормализуют эмоциональный фон деятельности, и усиливают мобилизацию ресурсов организма.

**30. Общение и темперамент.**

Темперамент тесно связан с особенностями общения человека с окружающими людьми, а, следовательно, в значительной степени определяет психологическую совместимость или несовместимость людей.

В межличностных отношениях конфликты нередко возникают вследствие того, что люди не учитывают особенности темперамента как своего, так и другого человека, такие, например, как импульсивность, медлительность, вспыльчивость, большая впечатлительность, ранимость и др. Некоторые недостатки темперамента могут быть нейтрализованы человеком в процессе его повседневной работы над собой; используя особенности своего темперамента, можно добиваться значительных успехов в деятельности и в совершенствовании собственной личности.