

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

АССОЦИАЦИЯ МОСКОВСКИХ ВУЗОВ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ МЕНЕДЖЕРА

для специалистов инвестиционно-строительной сферы

Москва 2009

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Виды учебной работы	Кол-во часов по учебному плану
1.	Общая трудоемкость дисциплины	72
2.	Аудиторные занятия с преподавателем:	36
	- лекции	16
	- практические занятия	20
3.	Самостоятельная работа	36
4.	Вид итогового контроля	зачет

2. ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ

Специфика деятельности менеджера – наличие принципиально различных навыков: «мягких» навыков при работе с людьми (персоналом, клиентами или заказчиками, конкурентами или партнерами), предполагающих высокий уровень социальной, психологической и психотехнической компетентности, и «жестких» навыков при работе в сферах современных информационных технологий, финансов и бухгалтерии, производства и инженерно-технического обслуживания, предполагающих высокий уровень технической компетентности.

Существуют различные управленческие функции: руководство, планирование, организация, коммуникации, презентации, переговоры, принятие решений и т. п. Каждая функция включает комплекс навыков различного типа и едва ли можно встретить ситуацию, для которой можно применить отдельный навык. В реальности менеджер использует комплекс навыков, эффективность которых будет зависеть от того, насколько успешно менеджер определил их соответствие конкретной обстановке и какие функции при этом он задействовал.

Учебный курс «Профессиональные навыки менеджера» строится на изучении двух типов навыков: «мягких» и «жестких», в соответствии с которыми были выделены разделы данного курса.

В первом разделе рассматриваются «мягкие» навыки социальной и личностной компетентности. Социальная компетентность подразумевает способность к продуктивным межличностным отношениям. Человек является социально и психологически компетентным, если его индивидуальные способности и навыки отвечают требованиям межличностной ситуации. При управлении персоналом, которое протекает в рамках межличностного взаимодействия, предполагается, что менеджер владеет перцептивными навыками, позволяющими ему адекватно воспринимать партнера (членов группы), техниками психологического воздействия, в первую очередь, речевого, и навыками адаптивного поведения в ситуации общения. Личностная компетентность руководителя включает широкий спектр навыков самоорганизации, самоуправления, саморазвития, самообучения.

Особо рассматриваются проблемы формирования навыков самоорганизации, позволяющим повысить результативность человека в любой сфере деятельности. Важно уметь не только правильно ставить цели, но и достигать их самым эффективным способом. Поэтому процесс самоорганизации принято делить на две основные части: целеполагание и целедостижение. Отдельный важный раздел самоорганизации – это управление своим временем, которое относится к числу невосполняемых ресурсов.

Второй раздел – «„Жесткие“ навыки менеджера» – объединяет те компетенции, которые позволяют менеджеру получить объективную информацию, построить объективную модель предметной области, донести свои выводы и рассуждения до коллег, подчиненных и руководителей. Одной из основных проблем, которая приводит к

существенным потерям во времени, к низкой продуктивности труда и т. п., является проблема недостаточно четкой коммуникации – понимания уже не только в субъективно-личностном плане, но и в объективно-цифровом. «Жесткие» навыки менеджера призваны, в первую очередь, конкретизировать и стандартизировать выполнение его собственной работы и результатов работы, которую выполняют под его руководством и с его участием.

Цель изучения курса

Формирование целостного представления об интегративных профессиональных навыках менеджера, способах их формирования и условий эффективного использования.

Задачи изучения курса:

1. Ознакомление с основными подходами к выделению профессионально значимых навыков менеджера.
2. Ознакомление с психологическими техниками формирования «мягких» навыков.
3. Овладение понятийным аппаратом, описывающим поведение компетентного менеджера.
4. Овладение эффективными приемами психологического влияния.
5. Приобретение опыта повышения личностной компетентности.
6. Понимание основ экономики компании и отдельного участка работы.
7. Освоение конкретного и четкого языка описания экономики – бухгалтерской двойной записи.
8. Приобретение навыков описания бизнес-процессов.
9. Ознакомление с технологиями объективного описания предметной области менеджера.
10. Овладение технологиями оценки и управления рисками.
11. Ознакомление с основными моделями и концепциями самоорганизации.
12. Овладение техниками и приемами организации собственной деятельности.

В результате изучения курса слушатели должны понимать:

- Законы формирования навыков.
- Механизмы формирования профессиональных навыков.
- Природу профессиональной компетентности.
- Особенности психологического воздействия менеджера на персонал.
- Возможности и ограничения классической и агональной риторики.
- Механизмы формирования убеждений.
- Природу мыслительной деятельности.
- Механизмы формирования индивидуального личностного потенциала.
- Природу успешной деятельности.
- Суть основных экономических понятий и языка, используемого в управлении рисками.
- Происхождение и источники стоимости и богатства.
- Принцип двойной записи как закона сохранения.
- Суть рисков.
- Отличия объективного и субъективного подходов к описанию ситуации.
- Особенности голографической модели самоорганизации.

знать:

- Основные подходы к пониманию компетенций менеджера.
- Набор профессиональных навыков менеджера.
- Уровни компетентности.
- Концепции развития управленческой компетентности.

- Требования к оценке профессиональных компетенций.
- Требования к социально-психологической компетентности менеджера.
- Требования к личностной компетентности менеджера.
- Основания агональной коммуникации.
- Способы сенсорного кодирования информации.
- Основные мыслительные операции.
- Требования к уровню интеллектуального развития для руководителя.
- Требования к уровню эмоционального развития для руководителя.
- Структуру ценностных ориентаций.
- Основные термины экономики.
- Принципы описания бизнес-процессов.
- Способы объективного описания ситуации.
- Правила двойной записи.
- Взаимосвязь стилей деятельности с особенностями самоорганизации.
- Правила планирования и правила организации рабочего дня.

уметь распознавать:

- Метаслова и метавыражения.
- Проявления субмодальности в речевых высказываниях.
- Этапы формирования навыков.
- Тактические приемы убеждения.
- Уловки-манипуляции.
- Стратегии.
- Уровни интеллектуальной активности.
- Ресурсное состояние.

владеть навыками:

- Социальной перцепции.
- Целеполагания.
- Постановки вопросов.
- Речевых высказываний.
- Рефлексивного слушания.
- Самоорганизации.
- Эффективного использования временем.
- Уверенного поведения.
- Управления стрессами.
- Перевода из нересурсного в ресурсное состояние.
- Устранения источников негативного эмоционального состояния.
- Бюджетирования.
- Чтения бухгалтерской записи.
- Графического описания бизнес-процессов.
- Оценки и управления рисками.
- Диагностики особенностей самоорганизации.

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Лекции	Практические	Самостоятельная
1.	«Мягкие» навыки менеджера	8	10	18
2	«Жесткие» навыки менеджера	8	10	18
	Итого	16	20	36

Распределение учебного времени

№ тем	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Из них		
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа
1	Введение в учебный курс «Профессиональные навыки менеджера»	6		2	4
	«Мягкие» навыки менеджера	30	8	8	14
2	Социально-психологическая компетентность руководителя	8	2	2	4
3	Навыки убеждающего воздействия	6	2		4
4	Навыки умственной деятельности	8		4	4
5	Личностная компетентность	6	2	2	2
6	Навыки самоорганизации	2	2		
	«Жесткие» навыки менеджера	38	8	10	18
7	«Твердые» навыки менеджера: конкретизация слов			2	4
8	Финансы и бухгалтерия		2	4	2
9	Экономика компании и участка работы		2		4
10	Технологические карты бизнеса		2		4
11	Умение разговаривать на цифрах			2	
12	Работа с рисками		2	2	4
	Итого	72	16	20	36

3.2. Содержание лекционных занятий

Лекция 1. Социально-психологическая компетентность руководителя.

1. Восприятие человека человеком.
2. Неречевые средства языка.
3. Сенсорные способы кодирования информации.
4. Профессиональное слушание.

Основные понятия:

1. Аттракция.
2. Жесты.
3. Идентификация.
4. Каузальная атрибуция.
5. Мимика (подражатель).
6. Модальность.

7. Параязык.
8. Репрезентативная система.
9. Рефлексия.
10. Сенсорные речевые предикаты.
11. Социальная перцепция.
12. Стереотипизация.
13. Эмпатия.

Лекция 2. Навыки убеждающего воздействия.

1. Психологическое воздействие (влияние).
2. Риторика как искусство речевого воздействия.
3. Логические основы убеждения.
4. Агональная риторика.

Основные понятия:

1. Агональная риторика.
2. Воздействие.
3. Метаязык.
4. Речевые пресуппозиции.
5. Риторика.
6. Тактика.
7. Убеждения.

Лекция 3. Личностная компетентность.

1. Успех и успешность.
2. Жизненные установки.
3. Психология успешного целеполагания.

Основные понятия:

1. Инструментальные ценности.
2. Локус контроля.
3. Ресурсное состояние.
4. Терминальные ценности.
5. Успех.
6. Успешность.
7. Целеполагание.

Лекция 4. Навыки самоорганизации

1. Общие представления о самоорганизации.
2. Целеполагание.
3. Целедостижение.
4. Приемы и техники самоорганизации.

Основные понятия:

1. Голографическая модель самоорганизации.
2. Управление временем.
3. Научная организация умственного труда
4. Персональный менеджмент.
5. Планирование.
6. Самоорганизация.

Лекция 5. Финансы и бухгалтерия.

1. Что дают финансовые и бухгалтерские знания.
2. Бюджетирование.
3. Бухгалтерия – это очень просто.

4. Бухгалтерия и бухгалтеры.

Основные понятия:

1. Активы.
2. Бюджет.
3. Двойная запись.
4. Дебет.
5. Кредит.
6. Пассивы.
7. План счетов.

Лекция 6. Экономика компании и участка работы.

1. Откуда берется богатство.
2. Термины и понятия экономики (1).
3. Термины и понятия экономики (2).
4. Стоимость.
5. Налоги и остальное.

Основные понятия:

1. Активы.
2. Доходы.
3. «Заметные» активы.
4. Капитал, прибыль, убыток.
5. Пассивы.
6. «Производительные» активы.
7. Расходы.
8. Риск.
9. Себестоимость.
10. Стоимость активов.

Лекция 7. Технологические карты бизнеса.

1. Бизнес-процессы.
2. Ключи к бизнес-процессам.
3. Оптимизация бизнес-процессов.

Основные понятия:

1. Бизнес-процессы.
2. Внеоборотные активы (ресурсы).
3. Зоны ответственности.
4. Количество качества.
5. КПД.
6. Материальные, нематериальные и человеческие ресурсы.
7. Оборотные активы (ресурсы).
8. Операция.
9. Отходы в бизнес-процессах.
10. Расходы.
11. Результаты.
12. Цена качества.

Лекция 8. Работа с рисками.

1. Что такое риск.
2. Параметры рисков.
3. Снижение рисков.
4. От прогнозов до итогов.

Основные понятия:

1. Вероятность риска.

2. Объекты риска.
3. Объем риска.
4. Риск.
5. Структура рисков.
6. Субъекты риска.
7. Хеджирование.

3.3. Практические занятия

Наименование практических работ

Тема. Введение в учебный курс «Профессиональные навыки менеджера».

1. Навыки в системе подготовки менеджеров.
2. Особые условия освоения навыков в рамках учебного курса.
3. Компетентностный подход в формировании и оценке профессиональных навыков менеджера.
4. Оценка компетенций.
5. «Жесткие» и «мягкие» навыки менеджера.

Тема Социально-психологическая компетентность руководителя

1. Компетентность.
2. Компетенции.
3. Навык.
4. Технологии «Ассесмент центр».
5. Уровни компетентности

Тема. Навыки умственной деятельности.

1. Мыслительная деятельность.
2. Интеллект и инструментальные навыки.
3. Умственные навыки
4. Творчество и креативность.
5. Критические точки интеллекта.
6. Стратегия.
7. Технический интеллект.

Тема Личностная компетентность руководителя

1. Целеполагание.
2. Навыки профессионального слушания и убеждения.
3. Обретение ресурсного состояния.

Тема «Твердые» навыки менеджера: конкретизация слов.

1. «Объективное понимание слов.
2. Правила конкретного объективного общения.
3. Философия для менеджера.
4. Вероятностная картина мира.
5. «Физика».
6. Экономика философии.

Тема Финансы и бухгалтерия

Объективное описание результата операции с указанием полного набора результатов, включая «отходы» количественных и качественных показателей основных активов, составляющих результат.

1. Полнота результата, законы сохранения.
2. Отличие количественных и качественных показателей.
3. Сложные и простые результаты, их описание.

Описание деятельности с помощью бухгалтерской двойной записи.

1. Двойная запись и законы сохранения.
2. Описание события/операции.

3. Технологическая карта и двойная запись.

Тема Умение разговаривать на цифрах.

1. Объективная информация.
2. Объективная постановка задач.
3. Приведение к общему знаменателю.
4. Измерение.
5. Механическая деятельность.
6. Объективизация.

Тема Работа с рисками

1. Объекты и связи между объектами.
2. Постоянные риски.
3. Разовые риски.
4. Стоимость содержания актива.
5. Творческая деятельность.
6. Управленческая деятельность.

3.4. Перечень контрольных мероприятий

3.6. Перечень контрольных заданий.

Оценка качества освоения учебного материала

3.7. Самостоятельная работа

Вопросы и задания для самостоятельной работы

Тема: Введение в учебный курс «Профессиональные навыки менеджера»

Вопрос 1. Чем отличаются «мягкие» навыки от «жестких» навыков?

Вопрос 2. Какие отличительные особенности технологии Ассеемент центр?

Задание

1. Формулировка задания

Определите ваше поле деятельности, то есть круг обязанностей и навыков по управлению, которые Вы используете в своей работе.

Оцените по 10-балльной шкале степень владения Вами соответствующих навыков.

Управление:	Обязанности и навыки	Оценка
информацией		
персоналом		
финансами		
ресурсами		
качеством		
обучением		

Тема: Социально-психологическая компетентность руководителя.

Вопрос 1. Какие навыки входят в состав перцептивных навыков, определяющих социальную компетентность руководителя?

Вопрос 2. Каковы причины установления зрительного контакта?

Задание.

1. Формулировка задания

Определите особенности Вашей репрезентативной системы, аргументируйте вывод, ссылаясь на особенности проявления различных параметров этой системы.

Параметры:	Особенности проявления
Сенсорные речевые предикаты, употребляемые наиболее часто	
Тональность голоса	
Темп речи	
Положения рук при жестикуляции	
Дыхание	

Тема: Навыки убеждающего воздействия

Вопрос 1. Почему «просьба» относится к одному из видов психологического влияния?

Вопрос 2. Какой из видов критики является наиболее сложной: горизонтальная, вертикальная вверх или вертикальная вниз?

Задание.

1. Формулировка задания

Какие тактические приемы аргументации и манипулятивных уловок Вы используете в ситуациях общения с подчиненными, партнерами, высшим руководством. Дополните таблицу, если считаете это необходимым.

Тактические приемы и манипулятивные уловки:	Подчиненные	Партнеры	Высшее руководство
Соккрытие тезиса			
Кунктация			
Игнорирование интеллектуалов			
Уловка Фомы			
Перекладывание бремени доказательство на оппонента			
Ошарашивающий темп			
Отсылка к «высшим интересам»			
Видимая поддержка			
Троянский конь			

Тема: Навыки умственной деятельности

Вопрос 1. Какие психологические особенности осуществления деятельности (трудовой, учебной, общения и т.д.) зафиксированы в теории Интеллектуального порога Г.Перкинса?

Вопрос 2. Какую особенность человека, психологи считают наиболее существенной в понимании природы креативности?

Задание.

1. Формулировка задания

Выполните задание «Ханойская башня».

- 1) Какая стратегия преобладала у Вас при решении данной задачи?
- 2) Задача имеет математическое решение, которое позволяет заранее рассчитать число перемещений башен с любым количеством дисков. Выразите формулой.

3) Используя формулу, определите оптимальное для данной задачи, число перемещений.

Тема: Личностная компетентность

Вопрос 1. Что представляет образ «Я» как психологический феномен?

Вопрос 2. Как взаимосвязаны уровень притязаний и самооценка?

Задание.

1. Формулировка задания

1. Внимательно изучите список «Основные ценности менеджера». Выберите самую значимую для Вас ценность и поставьте перед ней «1» в графе «Ранг». Затем выберите вторую по значимости ценность и поставьте «2». Прделайте то же со всеми оставшимися ценностями. Наименее важная ценность займет 17-е место.

Ранг	Основные ценности менеджера	Место ценности	Тип ценностей	Способствуют препятствуют
	Власть			
	Возраст			
	Выигрыш / проигрыш			
	Добро			
	Жизнь \ работа			
	Законность			
	Истина			
	Отношение к риску			
	Помощь другим			
	Поощрение / наказание			
	Профессиональное положение			
	Равенство полов			
	Равенство наций, этносов, рас			
	Результат работы			
	Открытость			
	Удовольствие			
	Участие в управлении			

2. Постройте свою систему ценностей, определив для каждой ценности ее место: ведущие, значимые, предпочитаемые, игнорируемые.

3. Определите, какие из ценностей Вы относите к терминальным ценностям (целям), какие являются для Вас инструментальными (средствами).

4. Какие ценности, на Ваш взгляд, способствуют Вашему успеху, какие – препятствуют.

Задания, требующие развернутого письменного ответа:

Тема. «Твердые» навыки менеджера: конкретизация слов

Что представляет собой бюджет движения рабочей силы и оборудования на месяц и квартал в Вашей организации?

В каких разрезах Вы будете его готовить?

Тема. Финансы и бухгалтерия

1. Что означают в переводе на русский язык записи:

- Дебет [пол комнаты № 27] Кредит [рабочее время, материалы, износ оборудования] 12 тысяч рублей?
 - Дебет [рабочее время] Кредит [задолженность по заработной плате, налоги, фонды, социалка] 160 часов 35 тыс. рублей.
2. В записях:
- Дебет [пол комнаты № 27] Кредит [рабочее время, материалы, износ оборудования] 12 тысяч рублей?
 - Дебет [рабочее время] Кредит [задолженность по заработной плате, налоги, фонды, социалка] 160 часов 35 тыс. рублей.

содержится принципиальная ошибка. Найдите ее. Обоснуйте свой ответ.

Тема. Экономика компании и участка работы

1. Мы сделали предоплату за материалы в марте, а получили их в июне (езде – начало месяца). На сколько подорожали материалы в реальном выражении, если речь идет о 2006 году? Как изменится ответ, если рыночная цена марта была 1000 руб. за единицу, а июньская – 1300 руб. за единицу?
2. Почему зоны ответственности в бизнес-процессах проходят через затраты/результаты, а не ограничиваются только самими операциями?
3. Приведите примеры показателей ответственности, содержащих в себе время (5–7 примеров для каждой группы). Какие из этих показателей имеют количественный смысл, а какие – характеризуют качество?

Тема. Технологические карты бизнеса

1. Вспомните свою типичную рабочую неделю и приведите примеры механической, творческой и управленческой деятельности (3–4 примера по каждому виду). Какой процент (приблизительно) занимает каждый вид деятельности? Есть ли что-то еще?
2. В чем разница между измерением в часах и человеко-часах? Как (технология) и в каких единицах мы сможем измерить результат работы проектировщика?

Тема. Работа с рисками

1. Вам нужно правильно спланировать работу своего подразделения на год вперед. Какие объекты и субъекты риска Вы отметите как главные для этой работы (не по планированию, а всей, годовой)? Назовите 5–7 объектов и 5–7 субъектов. Какими мерами можно снизить степень отрицательного влияния? Напишите по 2–3 бизнес-плана объемом не менее 400 знаков на 1–2 объекта/субъекта.
2. У Вас выбор: эксплуатировать технику «до упора», откладывая ППР, или провести ППР в положенные сроки, но поставить под удар график работ. Нарисуйте структуру рисков (10–12 на каждый случай).
3. Ваш сотрудник пытается задать Вам вопрос, но у него это не получается. Помогите ему это сделать: напишите (объективно), что такое «хорошо заданный вопрос».
4. В чем смысл деления расходов на переменные и постоянные? Как управляются переменные и постоянные расходы?

Текущий контроль:

Зачет по данному курсу будет проходить в форме письменного ответа на вопросы разного типа.

- один тип вопросов требует выбора правильного варианта ответа из нескольких представленных. Здесь Вы должны будете продемонстрировать знания, полученные из курса;
- другой тип вопросов требует развернутого письменного ответа, в котором важно продемонстрировать знание сути навыков менеджера, целей, достигаемых с

помощью этих навыков, а также проиллюстрировать ответ примером из личной управленческой практики.

Вопросы, требующие выбора правильного варианта ответа:

1. К объективным причинам, влияющим на продуктивность освоения навыка, относятся:

1. Состояние здоровья.
2. Конструкция образования.
3. Динамика навыка.
4. Отношение к деятельности.

Ответ: 2.

2. Список компетенций менеджера, работающего в условиях неопределенности, согласно

Г. Шродеру, насчитывает:

1. 6 компетенций.
2. 9 компетенций.
3. 11 компетенций.
4. 37 компетенций.

Ответ: 3.

3. Если сотрудник принимает цели и задачи группы частично, не контролирует эмоции в ходе групповой работы, то можно предположить, что его уровень компетентности взаимодействия в команде соответствует уровню:

1. Некомпетентности.
2. Развития.
3. Опыта.
4. Мастерства.

Ответ: 2.

4. Отличительной особенностью социальной перцепции от перцептивной деятельности является проявление:

1. Предметности.
2. Пристрастности.
3. Избирательности.
4. Осмысленности.

Ответ: 2.

5. При общении взгляд партнеров фиксируется в районе лба, что позволяет предположить, что их общение носит характер:

1. Деловой.
2. Светский.
3. Интимный.
4. Конфликтный.

Ответ: 1.

6. Если человек для усиления собственного влияния выискивает чужие «минусы», такой способ называют:

1. Слабым цивилизованным.
2. Сильным цивилизованным.
3. Сильным нецивилизованным.
4. Слабым нецивилизованным.

Ответ: 3.

7. Неосознаваемый (или слабо осознаваемый) мотив, который проявляется в стремлении человека изменить мир к лучшему, называется:

1. Ремонтивным.
2. Океаническим.
3. Индугентным.
4. Коммуникативным.

Ответ: 2.

8. Языковые шаблоны, которые позволяют говорящему представить то, что он не хочет ставить под сомнение, называются:

1. Речевыми пресуппозициями.
2. Речевыми техниками.
3. Метавыражениями.
4. Убеждениями.

Ответ: 1.

9. Объем информации, получаемой человеком за счет понимания жестов, мимики, движений тела, составляет:

1. 7 %.
2. 38 %.
3. 55 %.
4. 11 %.

Ответ: 3.

10. Цель рефлексивного слушания:

1. Подать позитивный сигнал партнеру.
2. Создать психологически комфортный климат общения.
3. Отобразить услышанное.
4. Установить контакт.

Ответ: 3.

11. Стратегия, при которой человек предварительно не формулирует гипотезу, а ориентируется на один из существенных признаков, называется:

1. Азартной.
2. Консервативной.
3. Систематического поиска.
4. Симультанной.

Ответ: 2.

12. Система правил последовательных действий, выполнение которых приводит к гарантированному результату, называется:

1. Алгоритмом.
2. Стратегией.
3. Эвристикой.
4. Эристикой.

Ответ: 1.

13. Считается, что интеллект достигает наибольшего расцвета к:

1. 7 годам.
2. 14 годам.
3. 40 годам.
4. 20 годам.

Ответ: 4.

14. Уровень интеллектуальной активности, при которой наблюдается спонтанность активности, называется:

1. Креативным.
2. Стимульным.
3. Эвристическим.
4. Продуктивным.

Ответ: 3.

15. Индивидуальный личностный потенциал, согласно Б. Трейси, можно вычислить по формуле:

1. $(ВЧ - ПЧ) \times ПУ$.
2. $(ВЧ + ПЧ) \times ПУ$.

3. (ВЧ + ПЧ) : ПУ.

4. ВЧ + ПЧ + ПУ.

Ответ: 2.

16. Человека, чей локус контроля находится в диапазоне от 1 до 4 стенов, определяют как:

1. Экстраверта.

2. Интроверта.

3. Экстернала.

4. Интернала.

Ответ: 3.

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

4.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

Вэттен Д.А., Камерон К.С. Развитие навыков менеджмента. / пер. с англ. 5-е изд., издательский дом Нева, 2004, 672 с.

Дополнительная литература

- *Айзенк Г. Ю.* Специальные IQ тесты. – М.: Эксмо, 2006. – 192 с. (Серия «Тренируй свой ум»).
- *Бредермайер К.* Черная риторика: Власть и магия слова./ пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006
- *Вудраф Ч.* Центры развития и оценки. Определение и оценка компетенций. М.: ГИППО, 2005, 374 с.
- *де Боно Э.* Шесть шляп мышления. – М.: Попурри, 2007. – 256 с.
- *Кабаченко Т.С.* Методы психологического воздействия: учебное пособие. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
- *Кинг Л.* Как разговаривать с кем угодно, как угодно и где угодно. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006, 213 с.
- *Кови Стивен Р.* Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности. М.: изд-во Альпине Бизнес Букс, 2006, с. 374
- *Милорадова Н. Г.* Мышление в дискуссиях и решении задач: учебное пособие. – М.: АСВ, 2000. – 160 с.
- *Панкратов А.Н., Панкратов В.Н.* Психотехнология управления людьми: Практическое руководство. – (Серия: Психология успеха и эффективного управления) Изд.2-е М.: изд-во института психотерапии. 2004. – 294 с., стр. 43 – 61
- *Равен Дж.* Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. М.: изд-во Когнити -Центр, 2002. с. 396.
- *Тридцать способов манипуляции и управления людьми./ авт.-сост. Д.И. Дудинский. – Мн.: Харвест, 2004,*
- *Фидельман Г.Н., Дедиков С.В., Адлер Ю.П.* Альтернативный менеджмент: Путь к глобальной конкурентоспособности. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005, 186 с.
- *Шатин Ю.В.* Живая риторика. Учебное пособие / Жуковский, МИМ ЛИНК, 2000, 87с.
- *Шерстнев М.П.* Психологическое управление людьми. - М.:«Русская правда», 2003, 240 с.
- *Трейси Б., Шеелен Ф.М.* Личность лидера. / пер. с англ. – Мн.: Попурри, 2006

4.2. Средства обеспечения освоения дисциплины:

Тест – опросники, расчетные компьютерные программы по обработке тестов, стенды, наглядные пособия.

Составитель:

Милорадова Н.Г.

Глоссарий

Абстрактное (от лат. Abstractio - отвлечение) – одностороннее, простое, неразвитое, часть целого. Абстрактное есть выражение неполноты, неразвернутости, неразвитости. Различают формально абстрактное, завершающее исследование (от конкретного к абстрактному) и абстрактное как генетически исходное чувственно конкретное, этап восхождения от абстрактного к конкретному (желудь и дуб, почка и плод).

Активы – категория экономики. Нечто, что приносит пользу или может при определенных условиях принести пользу. С помощью многих активов прямо или косвенно могут быть заработаны деньги. Актив довольно часто может быть продан за деньги. Деньги являются частным случаем актива. Примеры активов: материальные активы (материалы, сырье, машины, механизмы и т. п.); финансовые активы (денежные права требования (дебиторская задолженность), акции, депозиты, векселя); нематериальные активы (программное обеспечение, патенты и т. п.). Активы имеют разное качество. При неумелом использовании активов расходы на их содержание превышают доходы от их эксплуатации (например, дорогостоящий личный автомобиль), но от этого актив не перестает быть активом.

Алгоритм (от лат. algorithmi - предписание) – система правил последовательных действий, точное выполнение которых позволяет решать задачи определенного класса.

Анализ (от греч. analisis - двусмысленность, двойственность, разложение) – логический прием, метод исследования, состоящий в том, что изучаемый предмет мысленно расчленяется на составные элементы, каждый из которых исследуется в отдельности как часть расчлененного целого.

Аргумент (от лат. argumentum - логический вывод, основание, доказательство) – мысль, истинность которой проверена и доказана практикой, и которая поэтому может быть приведена в обоснование истинности или ложности другого положения.

Ассесмент центр – мероприятие, в процессе которого кандидаты принимают участие в серии упражнений и/или тестов в присутствии обученных наблюдателей; полученные результаты оцениваются по ряду заранее сформулированных компетенций или критериев.

Аттракция – познание на основе устойчивого положительного отношения.

Бизнес-процессы – процессы в коммерческой компании, создающие новую стоимость. Новая стоимость не обязательно потребляется во вне компании (например, бизнес-процесс Сопровождение создает Решения, которые используются внутри компании).

Бюджет – план, прогноз. Управленческий учет будущего.

Ведущая система – репрезентативная система, в которой ведется поиск информации для того, чтобы ввести ее в сознание.

Вербальный (словесный) интеллект – характеризуется запасом слов, эрудицией, умением понимать прочитанное. Напрямую зависит от культуры, образования.

Вероятность риска – вероятность наступления события, которое мы называем риском (неприятным событием).

Влияние – процесс воздействия на мысли, поведение других людей.

Внеоборотные активы (ресурсы) – активы, лежащие «вне оборота». Долгосрочные активы, которые в процессе одного цикла работы, возможно, изнашиваются, но не исчезают полностью (например, автомобиль в рамках цикла перевозки груза, разборная опалубка).

Внушение – сознательное неаргументированное воздействие на человека (группу) с целью изменить его состояние, отношение к чему-либо или предрасположенности к определенным действиям.

Вопрос – 1) форма мысли как результат отделения человеком своего знания от незнания, постановки неизвестного на место цели поисковой деятельности, указания на область поиска этого неизвестного; 2) первое звено диады «вопрос-ответ», инициирующее диалогическое общение с другим человеком или с самим собой; 3) средство педагогического управления познавательной деятельностью обучающегося (информационные и проблемные вопросы).

Двойная запись – способ записи (учета) события, при котором одновременно отражаются и положительные, и отрицательные стороны события. Двойная запись требует баланса, т. е. по сумме положительные и отрицательные последствия (результаты) события должны быть равны между собой.

Дебет – (формально) левая сторона бухгалтерского счета; (по сути) положительный, позитивный результат события (часть результата).

Дедукция (от лат. *deductio* - выведение) – такая форма мышления, при которой новая мысль выводится логическим путем из предыдущих мыслей, причем процесс анализа идет от общего к частному.

Деструктивная критика – высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о человеке, грубое осуждение, осмеяние его дел и поступков. Человек в этой ситуации стремится «сохранить лицо», это отвлекает его силы на борьбу с возникающими отрицательными эмоциями, отнимает веру в себя.

Догма (от греч. *dogma* - мнение, учение, решение) – способ мышления, оперирующий неизменными понятиями, без учета новых данных практики и науки, конкретных условий места и времени.

Докса – общепринятое высказывание (от греч. *doxa* - мнение, взгляд), в греческой философии - ложное мнение (в противоположность истинному знанию).

Доходы – условное учетное понятие. Приобретение денег или иных благ, не связанное с пропорциональным уменьшением активов или увеличением пассивов. Доход определяется моментом получения (фиксации) и объемом. Момент фиксации дохода, а также его объем определяются достаточно условно, поэтому доходы можно различать в соответствии с определением этого момента и объема.

Жесткие навыки – навыки, используемые в сферах финансов и бухгалтерии, информационных технологиях, производстве и инженерно-техническом обслуживании. Имеют четкое предписание, легко отслеживаются, легко поддерживается одинаковый уровень квалификации сотрудников.

Задача – 1) отраженная в сознании или формализованная в знаковой модели «вырожденная» проблемная ситуация с полным набором известных данных и известным алгоритмом нахождения искомого; 2) специфическая форма представления содержания обучения в обобщенной знаковой модели множества прошлых типовых проблемных ситуаций. Термин «задача» используется также в нестрогом смысле как синоним цели действия или деятельности.

Законы формирования навыков – изменения скорости, неравномерности развития, отсутствия предела в развитии, переноса, плато в развитии, угасания, эффекта.

«Заметные» активы – активы, которые легко заметить, бросающиеся в глаза, легко поддающиеся наблюдению и измерению.

Заражение – передача своего состояния (осознанно или неосознанно) другому человеку (группе), который перенимает это состояние или отношение.

Идентификация – отождествление себя с другим человеком.

Измерение – операция сравнения некоторой величины с эталоном.

Индивидуальный стиль – устойчивая индивидуально-специфическая система психологических средств, приемов, навыков, методов, способов выполнения той или иной деятельности.

Индукция (от лат. *inductio* - наведение) – вид обобщения, связанный с предвосхищением результатов наблюдений и экспериментов на основе данных опыта.

Инструментальная компетентность в сфере деловых коммуникаций – комплекс навыков, приемов, технологий и алгоритмов, необходимых и достаточных для результативного решения конкретных задач в межличностном взаимодействии.

Интеллект (от лат. *intellectus* - разумение, понимание, постижение, познание) – относительно устойчивая структура умственных способностей индивида.

Интеллектуальный порог – теория Г. Перкинса, который на основании корреляционных исследований утверждает, что для овладения каждой деятельностью нужен необходимый и достаточный уровень интеллекта. Если интеллект ниже этого уровня, индивид не может работать, но превышение интеллекта над необходимым уровнем не дает прироста продуктивности. Продуктивность у лиц, чей интеллект превышает пороговый уровень, будет определяться мотивацией, личностными чертами и т. д., но не различиями интеллекта. Этот эффект относится к любой деятельности: трудовой, учебной, общения и пр.

Интернальность – внутренний контроль как принятие индивидом ответственности на себя за события, происходящие в его жизни, объяснение происходящего как результата своего поведения, характера, способностей.

Интроверсия – особенность личности, характеризующаяся доминирующей ориентацией на собственный внутренний мир.

Интуиция (от лат. *intuegi* - пристально, внимательно смотрю) – знание, возникающее без осознания путей и условий его получения, в силу чего субъект имеет его как результат «непосредственного усмотрения».

Капитал – специфический вид пассива. Долг компании своим владельцам. Часто термин употребляют для обозначения прав требования владельца к компании, в этом случае это актив.

Каузальная атрибуция – интерпретация поступков и чувств другого на основе «излюбленной» схемы причинности.

Кинесика (от греческого *kinesis* - движение) – раздел науки, изучающий телодвижения (жесты, мимику, движения), соответствующие определенным интонационным моделям, словесным оборотам.

Количество качества – количественная характеристика некоторого параметра, определяющего качество актива.

КОММУНИКАЦИЯ – СТРЕМЛЕНИЕ К ПОВЫШЕНИЮ ВЗАИМОПОНИМАНИЯ, ЗНАНИЮ ЧЛЕНОВ ГРУППЫ ОБ ИХ РАБОТЕ В ЦЕЛОМ. ОБЩИТЕЛЬНОСТЬ, ЗНАНИЕ ЛИЧНЫХ ПРОБЛЕМ ПОДЧИНЕННЫХ, ТО ЕСТЬ ПЕРЕЧЕНЬ ВСЕГО ТОГО, ЧТО ОТНОСИТСЯ К КОММУНИКАТИВНЫМ СПОСОБНОСТЯМ.

Компетентный подход в образовании – интегративная основа модели образования, предполагающая опору на понятие «компетентность специалиста» в качестве «единицы» измерения результатов образовательного процесса; обоснование компонентов компетентности; использование конкретных критериев оценки их сформированности, свидетельствующих об уровне профессионализма человека; выстраивание некоторых обоснованных уровней компетентности из всех характеристик ее компонентов.

Компетентность – высокий уровень владения человеком не только технологиями профессиональной деятельности, но и развития качеств личности внепредметного характера: ответственности, самостоятельности, способности принятия индивидуальных и совместных решений, творческого подхода к делу, умения постоянно учиться, гибкости теоретического и профессионального мышления, коммуникативности и др.

Компетенция – 1) круг полномочий, предоставленный законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) знания и опыт в той или иной области; круг вопросов, в котором данное лицо обладает познанием.

Конкретное (от лат. concretus - сгущенный, сросшийся) – многостороннее, сложное, развитое, целостное, «единство многообразия». Различают чувственное конкретное как исходный пункт исследования и мысленное конкретное как завершение, итог исследования, как научное понятие об объекте.

КПД – коэффициент полезного действия. Отношение Результата к сумме Расходов, пошедших на его достижение.

Креативность (от лат. creatio - сотворение, создание) – уровень творческой одаренности, способность к творчеству как несводимая к интеллекту функция целостной личности, ее психологических особенностей.

Кредит (ударение на первый слог) – (формально) правая сторона бухгалтерского счета; (по сути) отрицательный, негативный результат события (часть результата).

Критика (от греч. kritike - оценка) – способ выявления и преодоления ошибок и недостатков, широко используемый в общественной жизни. В профессиональной деятельности различают критику по горизонтали, вертикали вверх и вертикали вниз.

Логос (от греч. logos - слово, мысль, разум, закон) – термин, первоначально обозначавший всеобщий закон, основу мира, его порядок и гармонию. Позднее логос стали рассматривать как созидующую, божественную силу - разум. В новое время Гегель называл логосом абсолютное понятие.

Локус контроля (от лат. locus - место, место нахождения и франц. controle - проверка) – качество, характеризующее склонность человека приписывать ответственность за результаты своей деятельности внешней среде (экстернальный, внешний контроль), либо собственным способностям и усилиям (интернальный, внутренний контроль).

Манипулирование – скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений, выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных действий.

Межличностные отношения – отношения, складывающиеся между людьми в результате взаимодействия, как правило, стихийно. Сопровождаются различными эмоциональными переживаниями, порой трудноразличимыми, особенно в начальный период складывания отношений.

Метавыражение – сообщение, содержащее кроме основного еще и дополнительный смысл, порой исключаящий смысл основной.

Метаязык – (через, за, после) язык второго порядка или язык языка, в котором скрывается истинный смысл того, что выражается обычным языком.

Механическая деятельность – деятельность по повторению хорошо известных действий, результатов. Может быть как физической, так и интеллектуальной.

Мимика (от греч. - подражатель) – выразительные движения мышц лица, являющиеся одной из форм проявления тех или иных чувств.

Мнение (употребляется в том же значении, что и греч. *doxa* – недостоверное, субъективное знание). В обыденном употреблении, *мнение* есть точка зрения по тому или иному вопросу отдельного человека, группы, общества.

Модификация поведения – способы выработки у человека поведенческих навыков и привычек, обеспечивающих их адаптацию к условиям жизни в обществе и выполнение профессиональной деятельности.

Мотив – побуждение человека к активности, связанной с удовлетворением какой-либо потребности; причина (осознаваемая или неосознаваемая), лежащая в основе выбора действий и поступков личности.

Мягкие навыки – навыки взаимодействия с людьми в трудовой деятельности (не имеют четкого предписания, обычно перечисляют категории навыков (межличностные, коммуникативные и т. п.)). Работу с использованием «мягких» навыков стандартизируют по результату; успешность работы малопредсказуема, ибо сильно зависит от личности сотрудника.

Навык – последовательность развертывания во времени и пространстве действий и операций, выработанная в процессе обучения и тренировки, доведенная до автоматизма, оптимальная для некоторого вида деятельности.

Нематериальные ресурсы – активы, основная ценность которых определяется не материалом, а иными качествами (например, патенты, программное обеспечение, информация).

Оборотные активы (ресурсы) – активы, участвующие в «обороте». Активы, которые в процессе одного цикла работы исчезают полностью (например, бензин в автомобиле в рамках цикла перевозки груза, неразборная опалубка в рамках одной стройки).

Общение – процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности. Включает три компонента: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен действиями) и социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера). Стороны общения: вербальная (речевая) и невербальная (интонация, мимика, жесты, телодвижения и др.).

Объективизация – процедура поиска объективных, т. е. измеримых с достаточной точностью и повторяемостью показателей.

Объекты – категория. Нечто, существующее независимо от наших представлений и знаний о нем.

Объекты риска – объекты, состояния (характеристики) которых могут влиять на вероятность или объем рисков.

Объем риска – величина потерь, которые мы понесем, если риск реализуется (состоится).

Операция – категория. Действие, задача, активность, процесс, функция, работа и т. п.

Отходы в бизнес-процессах – та часть результата, которую мы признаем бесполезной, ненужной.

Парадокс (от греч. *paradoxos* - неожиданный, странный) – 1) мнение, суждение, резко расходящееся с общепринятым, противоречащее (иногда только на первый взгляд)

здоровому смыслу; 2) формально-логическое противоречие, которое возникает в содержательной теории множеств и формальной логике при сохранении логической правильности хода рассуждений; 3) неожиданное явление, не соответствующее обычным представлениям.

Параязык (около языка) – совокупность неречевых средств, сопровождающих речь: жесты, мимика, модуляции голоса, интонации, громкость, паузы, визуальный контакт между говорящими.

Пассивы – совокупность обязательств, предполагающих возникновение задолженности организации вследствие ее хозяйственной деятельности, расчеты по которой приводят к оттоку средств.

Паттерн – систематически повторяющийся устойчивый элемент (фрагмент) или последовательность элементов (фрагментов) поведения, привычка.

Пафос – непосредственное выражение чувств оратора в отношении предмета высказывания.

Планирование – разработка комплекса действий по достижению определенной цели.

Полномочие – право применять власть. Это один из специфических видов власти. Предоставляется отдельному человеку или группе в силу их положения или роли (всегда легитимны).

Постоянные риски – те риски, которые реализуются постоянно, практически в каждом периоде наблюдения (например, в средней полосе России - риск заморозков; или - риск увольнения сотрудника. Можно говорить о том, что вероятность таких рисков практически чуть меньше 100 %, а последствия - то больше, то меньше).

Предикаты – сенсорно основанные слова, указывающие на использование той или иной репрезентативной системы.

Принуждение – угроза применения инициатором контролируемых возможностей для того, чтобы добиться от адресата требуемого поведения (лишение благ, изменение условий жизни или работы).

Проблема – 1) психическое состояние человека в проблемной ситуации, характеризующееся осознанием невозможности ее решения с помощью имеющихся у него знаний, средств и способов действий; 2) описание на некоем языке переживания человеком нераскрытости и непонятности прошлой проблемной ситуации, форма объективизации знания о незнании.

Проблемная ситуация – процесс взаимодействия индивида или группы с вероятностной средой. Оценка человеком противоречивости этой среды обуславливает переживание интеллектуального затруднения, приводит к порождению познавательной мотивации и мыслительного взаимодействия с ситуацией и включенными в нее другими людьми. Следствием проверки выдвигаемых гипотез относительно неизвестного в проблемной ситуации является ее преобразование либо в проблему, либо в задачу.

Пробуждение импульса к подражанию – способность вызывать стремление быть похожим. Копирование чужого поведения и образа мыслей может быть как произвольным, так и непроизвольным.

«Производительные» активы – активы, создающие дополнительные активы, стоимость, прибыль, богатство.

Просьба – обращение к человеку с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия.

Психотехника – совокупность средств, способов, приемов и методик работы психолога с психикой другого человека или со своей собственной; мастерство регуляции и управления психическими процессами.

Разовые риски – те риски, которые могут ни разу не реализоваться за все время наблюдения (например, риск того, что в средней полосе России в октябре температура упадет ниже -30°C).

Расходы – условное учетное понятие (см. также Доходы). Исчезновение денег или иных активов, не связанное с пропорциональным уменьшением пассивов или увеличением иных активов. Расход признается только относительно некоторого Дохода, относительно которого уменьшение актива «пошло на пользу». В иных случаях уменьшение актива является Убытком.

Результаты – активы, появляющиеся в итоге операции.

Репрезентативная система – то, как человек кодирует информацию в своем мозге в одной или нескольких сенсорных системах: визуальной, аудиальной, кинестетической, вкусовой и обонятельной.

Ресурсы – синоним термина «активы».

Рефлексия – оперирование субъекта с собственным сознанием, обеспечивающее выявление условий и оснований системы собственных действий и поступков. Рефлексия означает «выход» субъекта из текущего процесса осуществления деятельности и проектирование (антиципация) на основе результатов рефлексии будущего шага ее развития. Наличие рефлексии и антиципации связывается с развитием творческого мышления и деятельности обучающегося. Различают рефлексии объекта, субъекта, способа осознания себя как субъекта деятельности.

Решение – формирование мыслительных операций, снижающих исходную неопределенность проблемной ситуации.

Речевые пресуппозиции – мощные языковые паттерны (шаблоны), которые позволяют говорящему представлять то, что он не хочет ставить под сомнение.

Ригидность – затрудненность (вплоть до полной неспособности) изменить выработанную программу деятельности в новых условиях, объективно требующих ее перестройки. Различают когнитивную, аффективную, мотивационную ригидность.

Риск – неприятное событие, которое еще не произошло. Риск характеризуется вероятностью (в %) и объемом последствий (денежное либо натуральное выражение). Например, «риск сломать ногу, играя в футбол, равен 0,3 %. Последствие - сломанная нога, 1 шт.». Вероятность равна 0,03 %, т. е. на 10 тыс. игр приходится 3 перелома. Или: риск падения курса доллара больше чем на 1 рубль равен 10 %. Т. е. с вероятностью 10 % наступит последствие «уменьшение курса доллара больше чем на 1 рубль». Объем риска в первом случае равен 100 тыс. рублей (лечение обойдется в эту сумму), объем риска во втором случае равен 100 млн рублей (потери из-за указанного снижения курса составят эту сумму).

Риторика – управление человеческим поведением посредством устного или письменного слова путем изготовления и представления определенных текстов или в процессе обсуждения проблемы.

Самоактуализация (от лат. actualis - действительный, настоящий) – стремление человека к возможно более полному выявлению и развитию своих личностных возможностей.

Самоорганизация – способность или умение человека организовать собственную деятельность.

Самооценка – устойчивое структурное образование, ценность, значимость, которой человек наделяет себя, оценивая свои качества и место среди других людей. От самооценки зависят взаимоотношения человека с другими людьми, его критичность, требовательность к себе, отношение к успехам и неудачам.

Самопродвижение – объявление своих целей и предъявление своей компетентности и квалификации для того, чтобы иметь преимущества в ситуации выбора.

Синтез (от греч. synthesis - соединение, сочетание) – логический прием, метод исследования, состоящий в мысленном соединении частей предмета, расчлененного в процессе анализа; установление взаимодействия и связей частей и познание этого предмета как единого целого.

Социальная перцепция – восприятие человека человеком.

Стены (от англ. Standard TEN - стандартная десятка) – числовая форма представления тестовых данных. Шкала стенов имеет 10 делений, отражающих выраженность фактора, от 1 до 10 баллов, с серединой 5,5 балла. Тестовые баллы по той или иной тестовой шкале, падающие в диапазон от 4 до 7 стенов, свидетельствуют о том, что данное психическое свойство не выражено, проявляется в той же степени, как и у большинства.

Сенсорные речевые предикаты – глаголы, прилагательные и наречия, определяющие принадлежность выражаемой человеком информации к конкретной репрезентативной системе.

Стереотипизация – распространение характеристик соответствующей социальной группы.

Стоимость содержания актива – расходы, которые необходимо нести ежемесячно (ежеквартально) для того, чтобы поддерживать некоторый актив в «рабочем состоянии» (например, «сумма на содержание офиса» - расходы на уборку раз в месяц, охрану, минимальное отопление и т. п. Не стоит путать с эксплуатационными расходами, которые возникают при реальном использовании актива. Например, дополнительные расходы на уборку, если в офисе идет постоянная работа, расходы на освещение, отопление до «жилого» уровня и т. п.).

Стратегия (от греч. - войско веду) – характерное для человека поведение при решении той или иной проблемы (задачи), выбор правил (анализа проблемной ситуации, генерирования гипотез и их проверки), алгоритмов и эвристик, которое он проявляет сознательно, а иногда и неосознанно. В отличие от алгоритма решения, стратегия не дает полной гарантии адекватного результата решения.

Структура рисков – причинно-следственные связи между событиями-рисками, показывающие, какое событие может быть причиной, какое - следствием.

Субмодальности – отдельные сенсорные качества, воспринимаемые каждым чувством, самые маленькие строительные кирпичики наших мыслей, характеристики наших внутренних репрезентаций. Зрительные субмодальности: цвет, форма, движение, яркость, объемность и т. д., слуховые субмодальности: громкость, высота, темп и т. д., кинестетические субмодальности: давление, температура, текстура, место и т. д.

Субъекты риска – субъекты, способные влиять на вероятность или объем риска.

Тактика – поиск и отбор аргументов, наиболее убедительных с точки зрения обсуждаемой темы, особенностей оппонента, присутствующей аудитории и ее реакции.

Технический интеллект – характеризуется умением видеть закономерности в этом «случайно закономерном» мире, создавать геометрические образы и оперировать ими в пространстве.

Творческая деятельность – деятельность, направленная на создание чего-то нового, необычного. Может иметь как физический, так и интеллектуальный характер. Каждый раз, когда кто-то делает что-то новое для себя, он занимается творческой деятельностью, поскольку, в частности, вырабатывает новый для себя навык.

Творчество – деятельность, результатом которой является создание объективно или субъективно новых материальных и духовных ценностей.

Убеждать – значит влиять на окружающих путем обращения к их разуму через слово или дело. Результат убеждения – формирование знаний, которые впоследствии становятся мотивом поведения человека и определяют его отношение к действительности.

Убеждение – сознательное аргументированное воздействие на человека (группу) с целью изменения его (их) взглядов, мнения, намерения, решения, отношения, суждения.

Универсальность – категория, фиксирующая высшую ступень духовного развития человека; проявляется в полном осознании смысла своей жизни, в знании своей причастности миру, в ощущении духовного единства с универсумом.

Управленческая деятельность – деятельность по управлению, т. е. по установке целей, воздействию на объект и отслеживанию реакции объекта.

Уровень притязаний – стремление человека к достижению целей той степени сложности, на которую он считает себя способным. В основе уровня притязаний лежит самооценка, сохранение которой становится для человека потребностью, удовлетворение которой возможно только через постановку и достижение все новых и новых целей. Уровень притязаний может быть частным (различным для разных сфер деятельности) и общим (характерным для личности в целом). Психологические особенности, которые проявляются у человека в поведении и общении, имеют сложное, многоуровневое происхождение.

Успех – факт достижения поставленной цели при минимальных потерях: материальных, физических, психических, социальных и духовных.

Факт (от лат. factum - сделанное, совершившееся) – действительное, реально существующее, невымышленное событие или явление. Различают объективный факт (некоторый фрагмент реальности) и научный факт (отражение объективного факта в человеческом познании).

Фонация – изучает интонации живой речи, которые рассматриваются как дополнительный паралингвистический канал связи в речевом взаимодействии: интонациям соответствуют определенные жесты, мимика, движения, позы. Интонация – это жест; жест – это интонация».

Формирование благосклонности – привлечение к себе внимания путем проявления собственной незаурядности, привлекательности, высказывания благоприятных суждений о человеке, по отношению к которому осуществляется внимание, оказания ему услуг, подражания.

Хеджирование – страхование.

Целеобразование (целеполагание) – процесс порождения в сознании человека новых целей как одно из проявлений его мышления; соответствующие образы-представления могут быть также транслированы другому субъекту и приняты им как цель собственной деятельности.

Цель – осознанный субъективный образ предвосхищаемого результата, на достижение которого направлено действие человека; образ «потребного будущего», определяющий целостность и направленность поведения и деятельности.

Цена качества – расходы, которые приходится нести на достижение соответствующего уровня качества, т. е. на достижение нужных показателей, характеризующих качество.

Эвристика (от греч. heuristiko - нахожу, отыскиваю, открываю) – 1) специальные методы решения задач, которые обычно противопоставляются формальным методам решения, опирающиеся на точные математические модели; 2) совокупность логических приемов и методических правил теоретического исследования и отыскания истины; 3) метод обучения путем наводящих вопросов, способствующий развитию находчивости, активности.

Этос – система соответствия речи определенному фону социальных верований.

Эмпатия – эмоциональное сопереживание и сочувствие, активная помощь.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АССОЦИАЦИЯ МОСКОВСКИХ ВУЗОВ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ МЕНЕДЖЕРА

для специалистов инвестиционно-строительной сферы

Москва 2009

Лекция 1. Введение в учебный курс «Профессиональные навыки менеджера»

Название данного курса кажется в чем-то парадоксальным и странным. Каждая профессия, а их многие тысячи предполагает наличие профессиональных навыков, но нет ни одной профессии, насколько я знаю, в котором бы читался курс с аналогичным названием. При подготовке специалиста, ведутся занятия по многим учебным дисциплинам, и по каждой из них предполагается усвоение знаний, освоение умений и формирование навыков. Но при подготовке руководителей высокого уровня этого оказывается недостаточно.

Курс «ПНМ» не является повторением того, что вы уже освоили. Он позволяет еще раз, уже по новому посмотреть на эту сложнейшую деятельность. Этот курс является новым, не устоявшимся, во всяком случае, для него пока не выработан государственный стандарт. Поэтому многие вопросы имеют неоднозначные ответы.

Далее, в курсе говорится о навыках.

Итак, попытаемся разобраться в том, что такое навыки в профессиональной деятельности менеджера.

1. Навыки в системе подготовки менеджеров

1) Понятие навык

- автоматизированное действие (умение), подконтрольное сознанию и выработанное путем упражнений. При длительном отсутствии упражнений навык утрачивается.
 - автоматически осуществляемое действие, не требующее сознательного контроля и специальных волевых усилий для его выполнения
 - действие, сформированное путем повторения, характеризующееся высокой степенью освоения и отсутствием поэлементной сознательной регуляции и контроля (то есть автоматизацией).
- последовательность развертывания во времени и пространстве действий и операций:
- выработанная в процессе обучения и тренировки; - доведенная до автоматизма; - оптимальная для некоторого вида деятельности;

Составляющие навыка

Навык включает в себя знания, эмоции (мы стремимся делать те дела, которые приносят удовольствие либо сейчас, либо потом — понятно, за что страдаешь); установки и ценности (мы стремимся делать то, что соответствует нашим ценностям), поведение и опыт (именно привычные действия кажутся нам наиболее правильными). Поэтому для формирования эффективного навыка необходимо, чтобы изменения прошли на всех уровнях.

Навыки и умения – это важные ресурсы, которые человек привносит в свою работу, но они не обязательно связаны с конкретной деятельностью или рабочими функциями.

Навыки, умения и мастерство – это широкий ряд приобретенных в процессе обучения и развития возможностей, которые люди накапливают для решения множества задач, встречающихся в жизни. Профессиональные навыки – это не сумма умений, которые возникают при изучении всего комплекса подготовки специалистов. Это интегральные навыки

Виды навыков

Различают перцептивные, двигательные и интеллектуальные навыки; вариантом последних являются учебные навыки. На формирование навыков влияют: мотивация и обучаемость субъекта, уровень его развития (наличие определенных предварительных знаний и умений, полнота уяснения содержания материала, овладение которым происходит при выработке навыка, и т.д. В основе формирования навыка лежит образование динамического стереотипа. Устойчивость навыка зависит от особенностей памяти.

Двигательный навык - выработанное вследствие тренировки движение, компоненты которого в значительной степени автоматизированы. Многоуровневая координационная структура, представляющая собой освоенное умение решать тот или иной вид двигательной задачи.

Перцептивные навыки проявляются в умении управлять своим восприятием и организовывать его; верно оценивать социально-психологический настрой партнеров по общению; "считывать" изменения в лице, голосе, жесте партнера; "вскрывать подтекст" мимических движений, улыбки, взгляда, жеста и т.д.; определять тон общения; устанавливать необходимый контакт; по первому впечатлению прогнозировать "ход" общения. Перцептивные навыки позволяют личности верно оценивать эмоционально-психологические реакции партнеров по общению и даже прогнозировать эти реакции, избегая тех, которые помешают достигнуть цели общения.

Интеллектуальные навыки – это навыки мышления, памяти

Жесткие и мягкие навыки

обучение техническим навыкам требует немалого труда, но мягкие навыки - это трудно осязаемые человеческие качества, овладение которыми иногда требует глубокой личностной перестройки. Современный руководитель от 70 – 90% времени от общего рабочего времени тратит на деловое общение: коммуникации с подчиненными,

партнерами, клиентами. И если учесть, что сегодня в сфере управления задействованы сотни тысяч сотрудников, становится понятным, что мягкие навыки из разряда искусства необходимо переводит поточную технологию. И в этом направлении в области организационной психологии сделано уже многое сделано.

Навык в труде - выработанный в процессе трудовой деятельности автоматизированный навык, при котором выбор параметров операций и контроль за их сменой осуществляется без включения в сферу мышления. Навыки в труде не продуцируют у работающего проблемные ситуации.

Три эпохи – три специализации

В мировом экономическом развитии сменились три эпохи, в которых доминировали три разных менеджерских специализации. В классическом, **индустриальном капитализме** (социализме) главной сферой деятельности было производство, поэтому топ-менеджерами, в основном, становились производственники.

Во второй половине XX века в капиталистических странах наступила эра **финансового менеджмента**. Фраза «Финансовая эффективность превыше всего!» была лозунгом этой эпохи. Естественно, топ-менеджерами становились в основном люди с опытом работы в сфере финансового управления. Эпоха **постклассического капитализма**: главное - удовлетворить клиента, маркетинг и, все, что связано непосредственно с работой с потенциальным покупателем. Топ-менеджерские позиции стали заполнять выходцы из отделов продаж или маркетинга.

Российский менеджмент находится где-то между второй и третьей эпохой (с кое-какими рудиментами эпохи первой). Топ-менеджеров производственников становится меньше, новые назначения из этой области делаются редко. В основном руководители приходят из сферы финансового менеджмента или из сферы продаж/маркетинга, причем назначения из области продаж и маркетинга начинают доминировать. С точки зрения недостающих компетенций, естественно, у топ-менеджеров – бывших продавцов прежде всего сказывается отсутствие знаний в области финансов.

Есть, однако, еще одна группа компетенций, которую средним менеджерам приходится развивать подчас «с нуля» при переходе на позицию руководителя компании. Эти знания и навыки можно было бы обозначить так: «понимание организации как целого». Их можно было бы назвать еще **«стратегическими компетенциями»**. Средний менеджер, погруженный в свою специальную область, обычно не имеет ни практических, ни, особенно, теоретических знаний об управлении всей организацией, понимание конкурентной среды бизнеса..

Мягкие навыки современного менеджера

Традиционно к практическим «мягким» навыкам менеджера относят: самосознание, управление стрессами, межличностные коммуникации, творческое решение проблем, построение команд, управление конфликтами мотивацию сотрудников.

2. Особые условия освоения навыков в рамках учебного курса.

- 1) условия формирования умений и навыков
- 2) причины, влияющие на продуктивность освоения навыков
- 3) законы формирования навыков. Широкая основа – плавать раньше. Латынь - основа
- 4) этапы формирования навыков

Недостаточно усвоить теоретические знания и понимать принципы хорошего исполнения навыка. Необходимо перекинуть мостик от изучения навыков к их практическому использованию. Необходимо попрактиковаться в нейтральной обстановке, где создается благоприятная обстановка, позволяющая экспериментировать, используя приобретенное и устанавливая обратную связь с другими обучающимися. Учеба на ошибках в этом случае весьма эффективна, тем более, что реальные люди (ваш персонал, коллеги) не становятся жертвами вашей неопытности.

Вам необходимо трансформировать ваши новые навыки в другие комплексы навыков и их использование будет иметь эффект в большем диапазоне ваших управленческих функций.

Сравните с начальным уровнем, появится новая оценка. Но это не основание считать, что развитие навыка больше не требуется. Это не только наивно, но и поощряет тенденцию к неадекватным характеристикам. Так что этот этап является новым этапом для дальнейшего развития навыков.

3. Компетентностный подход в формировании и оценки профессиональных навыков менеджера

предпочитали использовать такие понятия как мастерство, профессионализм

1) История возникновения (США)

Компетентностный подход в США разрабатывался в области профессионального образования, ставя целью обучения – овладение навыками, необходимыми для эффективного выполнения рабочих функций на рабочем месте. Компетентность вбирает в себя сочетание умений и навыков, знаний и способностей, необходимых для выполнения конкретных ролей и задач. Компетентностный подход строился как отличный от традиционного обучения, в котором наиболее важным считается понимание теоретических основ и наличие большого объема знаний.

2) История возникновения (Великобритания)

О компетентности в сфере управления заговорили в конце 80-х годов. Были зафиксированы кардинальные изменения в управленческой деятельности, указав на изменения самой сущности управленческих навыков.

Концепции развития управленческой компетентности интенсивно начали разрабатываться в Великобритании и к концу XX века в этой стране утверждаются две разновидности компетентностного подхода:

Функциональный анализ сосредоточен на видимых результатах поведения и деятельности, которые группируются вокруг главных функций или ключевых ролей.

Личностно-ориентированный подход: предполагающий построение психологической характеристики личности.

Оценить работу руководителя, большая часть которой протекает в психологическом пространстве взаимодействия с людьми, через описание должностных обязанностей, сложно. Не поддается эта работа описанию по схеме четко регламентированных действий. Однако специалистам Британской организации МСИ¹ удалось преобразовать метод функционального анализа таким образом, что он оказался вполне приемлемым для менеджеров младшего и среднего звена. Был составлен список ключевых ролей менеджеров, и, основанный на разработанных NCVQ² стандартах качества, список компетенций.

КЛЮЧЕВЫЕ ФУНКЦИИ – ЭТО УПРАВЛЕНИЯ: ИНФОРМАЦИЕЙ, ЛЮДЬМИ, ОПЕРАЦИЯМИ, ФИНАНСАМИ. ДАЛЕЕ БЫЛИ ВЫДЕЛЕНЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ БЛОКИ И ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЕТЕНТНОСТИ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КАЖДОЙ ФУНКЦИИ. НО И В ВИДЕ ПЕРЕЧНЯ ФУНКЦИЙ, ЭТОТ ПОДХОД ЯВЛЯЕТСЯ МАЛОПРОДУКТИВНЫМ, ИБО ПРАКТИЧЕСКИ НЕВОЗМОЖНО ОПИСАТЬ ВСЕ ФУНКЦИИ ТАКОГО МНОГОГРАННОГО ВИДА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК УПРАВЛЕНИЕ. ОСОБЕННО В ТОЙ ЕЕ СФЕРЕ, КОТОРАЯ КАСАЕТСЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛЮДЕЙ - ПРОЦЕССА ЧРЕЗВЫЧАЙНО СЛОЖНОГО, ЗАВИСЯЩЕГО ОТ МНОЖЕСТВА ФАКТОРОВ КАК ОБЪЕКТИВНОГО, ТАК И СУБЪЕКТИВНОГО ХАРАКТЕРА.

В ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОМ ПОДХОДЕ ПРЕДЛАГАЕТСЯ УСТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ ИЛИ СПОСОБНОСТЕЙ, С ПОМОЩЬЮ КОТОРЫХ МЕНЕДЖЕРАМ УДАЕТСЯ ДОБИВАТЬСЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ НУЖНОЙ РАБОТЫ.

Подход, ориентированный на личностные характеристики, развивается в работах Бояциса, который рассматривает управленческую компетентность как совокупность умений и навыков, мотивов поведения и социальных ролей. Он проводит различия между «пороговой» компетентностью, которая требуется от каждого менеджера, и «отличительной» компетентностью, характеризующая выдающегося менеджера.

3) Ключевые роли и функции менеджера

4) Функции менеджера и блоки компетентности

Список компетенций

В работе Дж. Равена «Компетентность в современном обществе», появившейся в Лондоне в 1984 г., дается развернутое толкование компетентности. Это явление «состоит

¹ МСИ - Инициативная Хартия Менеджмента Великобритании

² NCVQ – (Nation Council for Vocational Qualification) Государственный Совет по вопросам профессиональной квалификации в Великобритании.

из большого числа компонентов, многие из которых относительно независимы друг от друга... некоторые компоненты относятся скорее к когнитивной сфере, а другие — к эмоциональной... эти компоненты могут заменять друг друга в качестве составляющих эффективного поведения» Дж. Равен, «виды компетентности» суть «мотивированные способности»

1. тенденция к более ясному пониманию ценностей и установок по отношению к конкретной цели;
2. тенденция контролировать свою деятельность;
3. вовлечение эмоций в процесс деятельности;
4. готовность и способность обучаться самостоятельно;
5. поиск и использование обратной связи;
6. уверенность в себе;
7. самоконтроль;
8. адаптивность: отсутствие чувства беспомощности;
9. склонность к размышлениям о будущем: привычка к абстрагированию;
10. внимание к проблемам, связанным с достижением поставленных целей;
11. самостоятельность мышления, оригинальность;
12. критическое мышление;
13. готовность решать сложные вопросы;
14. готовность работать над чем-либо спорным и вызывающим беспокойство;
15. исследование окружающей среды для выявления ее возможностей и ресурсов (как материальных, так и человеческих);
16. готовность полагаться на субъективные оценки и идти на умеренный риск;
17. отсутствие фатализма;
18. готовность использовать новые идеи и инновации для достижения цели;
19. знание того, как использовать инновации;
20. уверенность в благожелательном отношении общества к инновациям;
21. установка на взаимный выигрыш и широта перспектив;
22. настойчивость;
23. использование ресурсов;
24. доверие;
25. отношение к правилам как указателям желательных способов поведения;
26. способность принимать решения;
27. - персональная ответственность;
28. - способность к совместной работе ради достижения цели;
29. - способность побуждать других людей работать сообща ради достижения поставленной цели;
30. - способность слушать других людей и принимать во внимание то, что они говорят;
31. - стремление к субъективной оценке личностного потенциала сотрудников;
32. готовность разрешать другим людям принимать самостоятельные решения;
33. - способность разрешать конфликты и смягчать разногласия;
34. - способность эффективно работать в качестве подчиненного;
35. - терпимость по отношению к различным стилям жизни окружающих;
36. - понимание плюралистической политики;
37. - готовность заниматься организационным и общественным планированием.

Компетенции менеджера в условиях неопределенности и нестабильности

Вышеописанные подходы имели один существенный недостаток – они ориентировались на стабильные условия настоящего, описывая требования, которые вряд ли могут быть востребованы для быстро изменяющихся условий. Гарри Шродер (1989), профессор психологии провел серию исследований, которые в последствии привели к установлению одиннадцати составляющих компетентности высокоэффективных менеджеров, работающих в условиях нестабильности и неопределенности.

ВЫДЕЛЕНА ТРИ ОСОБЕННОСТИ МЫШЛЕНИЯ, МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, ЛИЧНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ.

Составленный список вовсе не означает, что все руководители должны в равной степени обладать всеми одиннадцатью составляющими. Исследования, проведенные в США и Великобритании, показали, что в среднем менеджер в достаточной мере обладает лишь тремя качествами из списка составляющих компетентности высокоэффективных менеджеров.

Компетентностный подход в профессиональном образовании

Компетентностный подход в Европе стремительно расширяется и начинает внедряться в практику вузовского образования. Известно, что требования к образованию принято разделять на общее и специальные (профессиональные). Первые определяют умение жить в обществе, вторые — «умение зарабатывать на жизнь путем деятельности, которая может осуществляться в режиме самозанятости, наемного труда или предпринимательской деятельности». Предполагается, что специальные требования формируются, прежде всего, в рамках профессиональных сообществ, исходя из потребностей практики, и доводятся до тех, кто ориентирует на них содержание образования.

Считается, что образование стоит на четырех столпах, образуя соответствующую компетентность:

1. *learning to know* - учиться знать: профессионально-методическая компетентность (П)
2. *learning to do* - учиться делать: компетентность в плане деятельности, претворения задуманного в жизнь (Д)
3. *learning to live together* - учиться жить вместе: социально-коммуникативная компетентность (С)
4. *learning to be* - учиться быть: компетентность в плане личности (Л)

4. Оценка компетентности

- 1) Технологии Ассесмент центра
- 2,3) Общие требования к оценке компетентности
- 4) Уровни компетентности
- 5) Уровни компетентности: лидерские качества
- 6) Уровни компетентности: взаимодействие в команде
- 7) Уровни компетентности: работа в ситуации цейтнота
- 8) Стандартные профили требований

Лекция. Социально-психологическая компетентность руководителя

1. Восприятие человека человеком

Социальная компетентность.

Восприятие или перцептивная деятельность – это активный процесс построения образа окружающего мира. Восприятие – это не менее сложная работа, чем мыслительная (решение задач) или мнемическая (запоминание информации). Это не врожденная способность. Видеть мир мы учимся в течение всей своей жизни. Доказать это стало возможным только в XX веке, когда появилась соответствующая аппаратура и инструментарий.

Процесс восприятия подчиняется определенным закономерностям. Восприятие:

- осмысленностью, в него включены знания и опыт человека. Человек воспринимает и понимает только то, что находит отклик в его памяти. (две курицы)
- избирательность, воспринимаемый объект выделяется из ряда других. (ходят по одной дороге, но видят разное).
- константностью, образы отличаются относительной устойчивостью (человек меняется, но его узнаем);
- целостностью, воспринимаемый объект осознается как единое целое.
- предметностью, объект выделяется на фоне;

Восприятие человека человеком – *социальная перцепция* – существенно отличается от восприятия неодушевленного предмета. В восприятии другого человека присутствует пристрастность, которая ведет к слитности познавательных и эмоциональных компонентов; оценочная и ценностная окраска. Направление восприятию задают мотивационно-смысловые особенности деятельности самого воспринимающего, его намерения и цели.

Кроме личностных и профессиональных качеств для успеха в бизнесе значение имеет еще целый ряд вещей. В профессиональных кругах вошли в употребление такие понятия, как «социальная компетентность» или «эмоциональный интеллект». В социологическом словаре приводится следующее определение: «Социальная компетентность (социальный — межличностный; компетенция, от лат. *competere* — встреча) подразумевает способность к межличностным отношениям. Человек является социально-компетентным, если его индивидуальные способности и навыки отвечают требованиям межличностной

ситуации. По степени сложности различают следующие типы социальной компетентности:

- восприятие: наблюдать партнером и/или членами группы, воспринимать события и динамику процесса в группе, способность слушать;
- открытость: готовность воспринимать обратную связь, способность выслушивать критику и спорить с другими;
- выражение: способность четко и ясно изъясняться, выражать свои знания, мнение и желания, умение вести разговор;
- сотрудничество: способность осознавать и воспринимать возможности собственных действий и ответственность, умение понимать и приспосабливаться к действиям других;
- формирование: способность адаптироваться, налаживать контакты, находить свое место в группе, высказывать критику адекватно ситуации, вести себя соответственно процессу динамики развития группы;
- идентификация: способность поставить себя на место другого и разрешать конфликты в соответствии с ситуацией, поддерживать баланс «близость и дистанция», осознавать собственные возможности и границы.

Все это помогает человеку общаться с другими людьми, вступать с ними в контакт и находить свое место в любой ситуации, и достигать поставленные цели. Эти аспекты носят позитивный характер, если являются частью личности, а не просто моделью поведения, заученной на курсах для руководителей персонала. Социологический аспект подчеркивает качества, которые человек демонстрирует посредством социальной компетентности, психологический — особенности, которые свойственны человеку. Любая личность на самом деле неповторима. Она подобна отпечаткам пальцев — ее нельзя скопировать.

Социальная перцепция.

Восприятие или перцептивная деятельность – это активный процесс построения образа окружающего мира. Этот процесс характеризуется следующими параметрами:

- осмысленностью, в него включены знания и опыт человека. Человек воспринимает и понимает только то, что находит отклик в его памяти.
- целостностью, воспринимаемый объект осознается как единое целое.
- предметностью, объект выделяется на фоне;
- константностью, образы отличаются относительной устойчивостью;
- избирательностью, воспринимаемый объект выделяется из ряда других.

Восприятие человека человеком – *социальная перцепция* – существенно отличается от восприятия неодушевленного предмета. В восприятии другого человека присутствует пристрастность, которая ведет к слитности познавательных и эмоциональных компонентов, а также оценочная и ценностная окраска.

Направление восприятию задают мотивационно-смысловые особенности деятельности самого воспринимающего, его намерения и цели.

Механизмы восприятия, понимания и интерпретации

Идентификация осуществляется в ходе непосредственных контактов, при которых происходит сравнение или сопоставление внутренних состояний, значимых психологических характеристик. Это раннее проявление эмоциональной привязанности к другому человеку или отторжения от него. В последнем случае возникает психологическая защита от ситуаций, людей, порождающих тревожность и напряженное состояние.

Стереотипизация – наличие устойчивого образа (представлений) о людях каких-то социальных групп. Это инструмент «грубой надстройки», позволяющий человеку экономить психологические ресурсы. Стереотипы упрощают и сокращают процесс восприятия другого человека.

Рефлексия – это механизм самопознания и познания другого в процессе взаимодействия, в основе которого лежит способность представлять себе то, как он воспринимается партнером по общению. Это удвоенный процесс зеркальных отношений друг с другом.

Эмпатия основана на умении правильно представлять себе, что происходит внутри другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир. Причем, это всегда сопровождается положительным отношением к человеку.

Аттракция – познание человека на основе устойчивого позитивного чувства к нему. При прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоциональное положительное отношение.

Каузальная атрибуция – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека. У каждого человека есть свои «излюбленные» схемы причинности, т.е. привычные объяснения чужого поведения.

Личностная атрибуция – в любой ситуации склонны находить виновника, приписывая причину случившегося конкретному человеку.

Обстоятельственная атрибуция – склонны винить обстоятельства, не утруждая себя поиском конкретных виновников.

Сtimульная атрибуция – склонны видеть причину в предмете, на которое было направлено действие или в самом пострадавшем.

Закономерности процесса каузальной атрибуции: по мере роста значимости случившегося люди склонны переходят от обстоятельственной и стимульной атрибуции к личностной.

Представления о человеке на основе его восприятия

В обыденной жизни мы даем характеристику человеку, опираясь, как правило, на первое впечатление от восприятия его внешности, используя при этом различные способы. Несмотря на то, что формирование первого впечатления это сложный процесс, имеющий свою психологическую структуру, динамику и обратные связи различного рода, длится он всего лишь 90 секунд. Именно столько необходимо нам, что оценить человека и составить представление о нем, изменить которое в дальнейшем будет очень сложно. Оценивание осуществляется по особым ценностным шкалам: «хорошо – плохо», «красиво – безобразно», «полезно – вредно».

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ СПОСОБ НАПРЯМУЮ ЗАВИСИТ ОТ КАЧЕСТВ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА ПО ОТНОШЕНИЮ К ДРУГОМУ.

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЭСТЕТИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ ФОРМИРУЮТСЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ СОБСТВЕННОГО ОПЫТА ПЕРЕЖИВАНИЙ, ВЫРАБОТАННОГО ЧУВСТВА МЕРЫ И КРАСОТЫ. НА ОСОЗНАННОМ УРОВНЕ ВЕДУЩИМ ЯВЛЯЕТСЯ ЗРИТЕЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ, ЧЕРЕЗ КОТОРОЕ ПОСТУПАЕТ ДО 90% ВСЕЙ ИНФОРМАЦИИ. ОДНАКО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ УБЕДИТЕЛЬНО ДОКАЗЫВАЮТ, ЧТО У ЧЕЛОВЕКА, КАК И У ЖИВОТНЫХ, ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ НАПРЯМУЮ СВЯЗАНА

НЕОСОЗНАВАЕМЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЧЕЛОВЕКА.

ВО-ПЕРВЫХ, ЗАПАХИ.

КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК ИМЕЕТ СВОЙ НЕПОВТОРИМЫЙ ЗАПАХ. ЭТОТ ЗАПАХ ТАК ЖЕ УНИКАЛЕН, КАК ОТПЕЧАТКИ ПАЛЬЦЕВ.

ВОСПРИИМЧИВОСТЬ К ЗАПАХАМ ТОЖЕ РАЗНАЯ: НАТРЕНИРОВАННЫЙ ЧЕЛОВЕК СПОСОБЕН РАЗЛИЧАТЬ ДО 10 ТЫСЯЧ ВСЕВОЗМОЖНЫХ ОТТЕНКОВ ЗАПАХА. АФРИКАНЕЦ, ЖИВУЩИЙ В ДИКОЙ ПРИРОДЕ, СПОСОБЕН УЛОВИТЬ ЗАПАХ СВОЕГО ДРУГА, ПРОШЕДШЕГО ПО ЛЕСНОЙ ТРОПИНКЕ НЕСКОЛЬКО ЧАСОВ НАЗАД. А ВОТ ГОРОЖАНИН, ЖИВУЩИЙ ПОСРЕДИ ШУМНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ, НЕ ОЩУЩАЕТ ДО 70% ГОРОДСКИХ ЗАПАХОВ. ИСКУССТВЕННЫЕ ЗАПАХИ ДЕЙСТВУЮТ ИНАЧЕ, ЧЕМ ПРИРОДНЫЕ. ОНИ ВОСПРИНИМАЮТСЯ АССОЦИАТИВНО.

ВО-ВТОРЫХ, ЗВУК ГОЛОСА, РЕЧЕВАЯ ДИНАМИКА.

Акустический спектр речи отличается большой сложностью, в нем заключена до сих пор не разгаданная информация о самых тонких процессах сознательной и несознательной деятельности. Основные приметы речевой динамики, способные повысить внушение речи, - это мягкость и сила голоса, богатство интонационных характеристик, паузы, использование эффекта неожиданности. Продуманная речевая динамика способна придать любому сообщению убедительность, повысить силу внушения. Тембр речи - также один из факторов внушения. По наблюдениям психологов, в рекламных целях выгоднее использовать мужской голос: баритон, особенно низкий, "бархатный". Тенор же, как правило, почему-то вызывает удивление.

Ошибки восприятия

Особое значение имеет первое впечатление о человеке. Именно оно является основой для «дотраивания» образа другого человека. К механизмам, приводящим к искажениям в процессе восприятия человека, относят:

- *эффект ореола*. Если первое впечатление о человеке благоприятно, то в дальнейшем его поведение, черты и поступки начинают переоцениваться в положительную сторону;
- *гало-эффект*. Выделив и оценив (положительно или отрицательно) какую-то характерную для человека черту, воспринимающий начинает оценивать на ее основе и другие особенности человека;
- *эффект новизны*. По отношению к знакомому наиболее значимой выступает новая информация о нем, по отношению к малознакомому человеку наиболее значима впервые появившаяся информация.

Перцептивные навыки

Перцептивные навыки – это автоматизированные умения управлять и организовывать собственное восприятие:

- оценивать социально-психологический настрой партнеров по общению;
- "считывать" изменения в жестах, лице, голосе партнера по общению;
- "вскрывать подтекст" мимических движений, улыбки, взгляда;
- определять тон общения;
- устанавливать необходимый контакт;
- прогнозировать "ход" общения по первому впечатлению.

Перцептивные навыки позволяют личности верно оценивать эмоционально-психологические реакции партнеров по общению и даже прогнозировать эти реакции, избегая тех, которые помешают достигнуть цели общения.

2. Неречевые средства языка.

Параязык

Связь эмоционально-психологической саморегуляции с выразительностью есть органическая связь внутреннего и внешнего психологического. Еще Л.С. Выготским отмечено стремление "всякого чувства воплотиться в известные образы, соответствующие этому чувству". Это стремление и обеспечивает внешнее поведение, выразительные действия личности в общении.

Невербальные знаки в общении гораздо более важны, нежели обычный язык. Почему? Согласно исследованиям, по степени влияния на собеседника или аудиторию лидируют жестово-мимические средства выразительности, на которые приходится 55% воздействия, в то время как естественному языку принадлежит лишь 7%. А на так называемый «параязык» (интонации, паузы, вздохи и т.д.) приходится 38% влияния. Неречевые средства являются не самостоятельным, а вспомогательным средством коммуникации. Они подготавливают, сопровождают, комментируют, разъясняют речь, вскрывают ее глубинную суть.

Паралингвистические (околоязыковые) средства общения характеризуются двойственностью. С одной стороны, они позволяют экономить речевые средства. Обращаясь, допустим, к продавцу, мы, указывая на предмет, говорим: «Покажите, пожалуйста, вот эту чашечку», – и не тратим лишних слов на ее описание. С другой стороны, они компенсируют многое из того, что недоговорено словами, вскрывают подтекст, многозначность речи, ее стилистические оттенки, чувства, отношения и т.д. Действительно, суть такой,

например, незаконченной фразы, как «Ну, знаете?!», можно понять только через интонацию, мимику, жесты говорящего.

Множество подтекстов, эмоций, отношений можно передать через паралингвистические средства, сопровождающие слова «Мой дорогой!». Откинулся назад корпус; в стороны развелись руки, готовые обнять долгожданного человека; широко раскрылись от приятного и радостного удивления глаза; неторопливо, мягко, окрашенная теплым тембром прозвучала фраза: «Мо-ой дорого-ой!», обращенная к желанному человеку. Но вот руки сделали резкое, быстрое движение в сторону и обратно, резко качнулась голова, сузились глаза, голос окрасился холодным металлическим звуком, и фраза прозвучала с раздражением, укором: «Мой дорогой!». В отрицательных эмоциях удвоились согласные. Угадайте подтекст: «Не думала я, что ты так подведешь меня!».

Обратим внимание на то, что сначала в действие включились глаза, руки, корпус, а затем уже родилась фраза. По известному закону упреждения, жизнь тела подготавливает, упреждает слово: сначала повернулась в сторону собеседника голова, а затем вы обратились к нему с вопросом или просьбой. Конечно, есть такие речевые ситуации, когда свою речь мы не сопровождаем движениями головы и жестами (например, ведем диалог, не отрываясь от какого-либо важного дела). Но и тогда вступает в действие параязык – интонация. Ведь параязык делится на два больших вида: кинесику и фонацию.

Кинесика (от греческого *kinesis* – движение) – раздел науки, изучающий телодвижения (жесты, мимику, движения), соответствующие определенным интонационным моделям, словесным оборотам.

Фонация изучает интонации живой речи, которые рассматриваются как «дополнительный паралингвистический канал связи» в речевом взаимодействии: интонациям соответствуют определенные жесты, мимика, движения, позы. Поэтому мы и говорим: «Интонация – это жест; жест – это интонация».

Жесты: виды и функции

Среди всех внешних средств выразительности особое место занимают руки. В жестикуляции ярко проявляется сущность человеческого характера. Сложный и разнообразный арсенал жестовых средств помогает раскрыть суть речь или, наоборот, может существенно помешать и даже навредить. Жест может быть произведен и рукой, и ногой, и головой, и туловищем. Но чаще, конечно, человек жестикулирует руками. Именно рука наиболее активно выражает внутреннюю жизнь человека.

Жесты разделяются на две группы: условные и безусловные.

Условные жесты носят интернациональный, национальный, узкосоциальный характеры. К условным жестам относятся: военное приветствие, пионерский салют, осенение крестом, жесты одобрения (хлопки), жесты солидарности (поднятая рука, сжатая в кулак), бытовые жесты, показывающие, что человек пьян, не в своем уме, болтлив и т.д. Некоторые из условных жестов играют самостоятельную роль, как определенные коды вне связи с языком (дирижирование).

Условные жесты иногда заменяют речь. Так, вместо того, чтобы сказать «да», русский кивает головой, а вместо «нет» – качает головой из стороны в сторону. А вот болгары, греки, румыны, македонцы делают наоборот: качают головой из стороны в сторону в знак согласия, а кивают в знак отрицания. Арабы в знак отрицания откидывают голову назад. Высовыванием языка русские, европейские народы поддразнивают собеседника, китайцы – угрожают, индийцы – гnevаются, а у народности майя – это движение языка выражает мудрость. Русский человек, прощаясь, обращает ладонь от себя и покачивает ею вперед и назад. Итальянцы же обращают ладонь к себе и покачивают ею также вперед и назад (по-русски «иди сюда»). Англичане очень медленно покачивают ладонь из стороны в сторону. В Испании, прощаясь, похлопывают друг друга по спине. У русских – небольшое число принятых общепонятных условных жестов.

Безусловные жесты понятны всем без объяснения. По своей природе они весьма действенны, выражают эмоциональное состояние и волю человека, всегда имеют конкретную цель.

Безусловные жесты разделяются на четыре группы:

- 1) указывающие, наиболее просты и обычно указывают на тот или иной предмет.
- 2) передающие: изображающие (передают вид, форму объектов речи) и эмоциональные.
- 3) подчеркивающие: выделяют главное в речи, помогают лучше уяснить мысль. Но при подчеркивании важности какой-либо мысли рукой, надо выделить эту мысль и интонационно. Передки случаи, когда рукой-то подчеркнут, а интонационно значимость мысли не выразят.
- 4) ритмические: подчеркивают не отдельные части, места речи, а весь ритм ее произнесения. Особый эмоциональный накал, призыв. К ритмическим жестам относятся и жесты колебания, неуверенности.

– Нечего руками рассуждать, коли бог ума не дал.

К указывающим и изображающим (или иллюстративным) жестам обычно прибегают люди невысокой воспитанности и интеллектуальности. Без этих жестов можно обходиться. Подобные жесты не в традициях русского народа. Кроме того, они отвлекают внимание от смысла. Более уместны жесты, выражающие мысль, чувства. Значит, если родился наполненный чувством жест, которым сопровождает свою речь говорящий, то такой жест – уместен. Но во всем нужно чувство меры: русский человек, в отличие от других народов, маложестен.

Люди разных национальностей по-разному пользуются жестикуляцией в речевом общении. Вот данные английского психолога М. Аргайла, подсчитавшего, что «в течение одного часа непринужденной беседы мексиканец сделал 180 жестов, итальянец – 80, француз – 20, финн – 1 жест, а англичанин – ни

одного»[javascript:](#)

[openWindow\('http://www.orator.biz/s_info.php?content='.%20'inscr_36'.%20300.%20150\);%20void\(0\);](#)

Восприятию смысла речи мешает интенсивная жестикуляция двумя руками. Заметим, что активное движение обеими параллельно действующими руками свойственно романским народам, жителям Южной Европы. Русские, сопровождая речь жестикуляцией, «подпирая» ее, действуют одной, правой рукой. Если в действие вступает левая рука, то амплитуда ее движений меньше, слабее интенсивность, она просто «помогает» правой руке.

К особой разновидности можно отнести индивидуальные жесты, которые не укладываются ни в какие схемы. Они неразрывно связаны с движением мысли, чувства. Их интенсивность зависит от темперамента, национальности, воспитания, профессии, общей культуры, индивидуальных особенностей личности. Среди них есть такие жесты, как манера класть руки в карманы и вынимать их, встряхивать головой, потирать руки, притрагиваться ко рту, лбу, уху, носу, приглаживать или отбрасывать волосы, подергивать плечом, губой, поднимать брови и т.д. Ясно, что от подобных жестов следует решительно освободиться.

Все условные и неусловные жесты, рожденные мыслью, чувствами, волей оратора, должны быть связаны с желанием продлить, закрепить слушательское внимание. Велика роль своеобразного центра передачи и приема сигналов в человеческом общении – мимики.

Жестовая коммуникация

3) МИМИКА И ЕЕ ХАРАКТЕРИСТИКА

Мимика – движения лицевых мышц, выражающие душевное состояние. Это средство эмоционального неречевого воздействия на слушателей.

Следует обращать внимание и на то, какое общее впечатление производит мимика того или иного человека. Очень подвижная мимика свидетельствует об оживленности и быстрой сменяемости восприятия впечатлений и внутренних переживаний, о легкой возбудимости от внешних раздражителей. Такая возбудимость может достигать маниакальных размеров.

Малоподвижная мимика отражает постоянство душевных процессов. Она свидетельствует о редко изменяющемся устойчивом настроении, характеризует человека как спокойного, постоянного, рассудительного, надежного, уравновешенного.

Монотонность мимики и редкая смена ее форм при медлительности поведения и слабой напряженности говорит о психическом однообразии и о слабой импульсивности. Причиной этого могут явиться: монотонные душевные состояния, скука, печаль, равнодушие, отупение, эмоциональная бедность, меланхолия, депрессивный ступор.

Улыбка.

Л.Н. Толстой только в романе «Война и мир» описал 85 различных чувств, 85 различных выражений глаз и 97 оттенков улыбки. Действительно, улыбка может выражать тихое обожание, легкое презрение, нежную снисходительность, надменную вежливость, ехидство и т.д.

По глазам мы читаем мысли, желания, чувства собеседника. Но глаза – обманчивая маска, глаза – ширмы, скрывающие душу. С детства учимся владеть глазами.

Особенно предательская вещь — смех. В смехе может выявиться глупость, пошлость, презрение, ненависть, насмешка, злорадство, смущение, фальшь и т.п. Предположительно улыбка возникла из угрожающего жеста — "оскала зубов".

Существует множество видов улыбок, у людей же, которые много улыбаются или смеются, со временем лицо вообще приобретает улыбающееся, дружелюбное выражение.

Улыбка, как правило, выражает дружелюбие или потребность в одобрении.

Улыбка для мужчины — это хорошая возможность показать, что он во всякой ситуации владеет собой. Улыбка женщины значительно правдивее и чаще соответствует ее фактическому настроению. Улыбки отображают разные мотивы. Л.Н.Толстой описал 97(!) оттенков улыбки. Желательно не слишком полагаться на их стандартное истолкование:

- чрезмерная улыбчивость — потребность в одобрении;
- кривая улыбка — знак контролируемой нервозности;
- улыбка при приподнятых бровях — готовность подчиниться;
- улыбка при опущенных бровях — выказывание превосходства;
- улыбка без подъема нижних век — неискренность;
- улыбка с постоянным расширением глаз без их закрывания — угроза.

Мотивы установления зрительного контакта

Особая роль в общении уделяется первому взгляду. То мгновение, когда партнеры встречаются и приветствуют друг друга, сопровождается первым взглядом глаза в глаза.

Наше сознательное восприятие другого человека всегда происходит с помощью непосредственного зрительного контакта. Если ритуальный взгляд не соблюден, собеседник обычно чувствует себя оскорбленным, проигнорированным. Вряд ли он может противодействовать оскорбленному чувству: «Ты меня не принимаешь во внимание как подобает».

Опытный собеседник всегда стремится приветствовать своего партнера открытым взглядом в глаза. А позднее, в разговоре, часто смотрит в глаза собеседнику, чтобы подчеркнуть значение своих слов. Не следует также забывать, что: взгляд способствует внушению так же, как и слова; прерывание зрительного контакта при разговоре на длительное время может привести к прекращению разговора; когда один партнер говорит, опытный слушающий не допускает поединка глазами, так как это может породить агрессивность.

Мотивы установления зрительного контакта, согласно Гордону Уэнрайту и другим исследователям, можно условно разбить на шесть категорий. Итак, мы смотрим в глаза других людей, ради того чтобы:

- во-первых, получить определенную информацию;
- во-вторых, продемонстрировать свое внимание и интерес;
- в-третьих, побудить к взаимодействию и контролировать его ход;
- в-четвертых, выразить свое превосходство, угрозу или психологически повлиять на оппонента;
- в-пятых, выразить свою реакцию в процессе общения;
- в-шестых, определить состояние и установки собеседника.

В целом, общение между людьми будет более активным и продуктивным, если характер зрительного контакта, установившегося между ними, соответствует потребностям каждого из собеседников в данной конкретной ситуации.

Взгляд и его характеристика

По своей специфике взгляд может быть:

- деловой — когда он фиксируется в районе лба собеседника, что предполагает создание серьезной атмосферы делового партнерства;
- светский — когда взгляд опускается ниже уровня глаз собеседника (до уровня губ), что способствует, как отмечают исследователи, созданию атмосферы светского, непринужденного общения;
- интимный — когда взгляд направлен не прямо в глаза собеседника, а ниже лица — на тело до уровня груди. Специалисты утверждают, что такой взгляд говорит о несколько большей заинтересованности в общении;
- взгляд искоса, который говорит, как правило, о подозрительном или критическом отношении к собеседнику.

Таким образом, язык взгляда имеет весьма важное значение для распознавания отношения человека к собеседнику или к ситуации, которая в данном случае обсуждается. Взгляд является одним из самых мощных средств взаимодействия и взаимопонимания при очном общении людей. Свою силу глаза обнаруживают в наибольшей степени, когда люди смотрят друг на друга, глаза в глаза, или зрительным контактом. В личных контактах люди в состоянии смотреть друг на друга не постоянно, а в амплитуде от 30 до 60% времени беседы. (Вспомните детскую игру «кто кого пересмотрит, не моргнув».) Границы этого времени могут быть отодвинуты в двух крайних ситуациях: у влюбленных (эффект Ромео и Джульетты) и агрессивно настроенных субъектов (эффект дерущихся петухов). Упорный взгляд партнера чаще всего говорит о скрытой агрессии, неприязненном отношении, злобе. Исключение может составлять швейковское стремление «есть глазами начальство».

Исследователи языка мимики и жестов выдвигают несколько объяснений силы и власти, которой обладает человеческий глаз. Некоторые специалисты считают, что уже с раннего детства мы воспринимаем глаза как объект непреодолимого интереса; они становятся первым, доступным даже младенцу, средством общения, и имеют столь завораживающее действие, что мы особым образом реагируем даже на круги, так или иначе их напоминающие. Можно предположить, что эта автоматическая реакция

унаследована нами от наших предков. В животном мире прямой, направленный взгляд служит сигналом опасности.

Значение зрительного контакта осознается ребенком с приобретением им определенного жизненного опыта: он старается не шалить, если на него смотрят старшие, без труда читает в глазах других симпатию или антипатию к себе. Большую часть нашего внимания мы уделим далее формам этого контакта и приемам использования этого инструмента общения.

Итак, зрительный контакт может быть долгим (взаимные взгляды двух влюбленных) или мимолетным (когда мы бросаем взгляд на человека, которому внимание с нашей стороны несомненно придется не по вкусу). Он может быть прямым (откровенное, бесцеремонное разглядывание) или поверхностным, неглубоким. Зрительный контакт может также быть периодическим (вроде взгляда, который мы обращаем на собеседника, чтобы убедиться, что он следит за нашей мыслью) или пристальным (неотрывный взгляд).

У большинства людей частые или продолжительные взгляды вызывают неприятные ощущения. Пристальное разглядывание обычно воспринимается по меньшей мере как проявление фамильярности. Единственные люди, которым дозволено во все глаза разглядывать других, — дети: их неприкрытый интерес к людям вполне может расцениваться как проявление любознательности и интереса к окружающему миру. На взрослых подобная снисходительность, как правило, не распространяется. И тех, кто дает волю своим взглядам, часто воспринимают как умственно неполноценных или же социально опасных типов, от которых можно ожидать всяких неприятностей. Непрерывный взгляд — верный способ спровоцировать человека или выбить его из состояния душевного равновесия. Не случайно, что люди, профессионально занимающиеся слежением (сыщики, детективы, разведчики), надевают темные очки, чтобы скрыть направление и силу своего взгляда.

Следует также учитывать этнические особенности глаз, играющие роль в процессе общения. Суеверия и религия наложили свой отпечаток на поведение людей, предопределив положение глаз во время разговора. Существуют запреты на откровенное рассматривание человека.

Универсальные проявления глаз

Большинство выразительных проявлений глаз определяется непосредственным контекстом, в котором возникает зрительный контакт. Впрочем, есть среди этих проявлений и бесспорно универсальные, то есть такие, которые одинаково воспринимаются почти повсюду в мире:

1. Слишком широко открытые глаза, «вытаращенные» — верный признак того, что их владелец стремится, подчас бессознательно, получить максимум информации, чтобы не ускользнули даже мелочи (при удивленном восхищении; при возникшей вдруг наивной радости; при испуге, ужасе).

2. Прищуренный взгляд — пристальное внимание; наблюдение; сильная готовность осуществить какое-то действие. Кроме того, при общении его правильнее расценивать как недоброжелательный: вас рассматривают, как сквозь прорезь прицела; вы настолько неприятны, что видеть вас не хочется, но и упускать из виду также нельзя.

3. Закрытые глаза: сосредоточенность на самом себе; тщательное обдумывание; наслаждение; кратковременное прикрывание глаз может означать неосознаваемое выражение согласия, понимания.

4. Прищуривание только одного глаза, подмигивание: сигнал тайного согласия с кем-то другим; кокетство.

5. Резкое усиленное и неравномерное моргание («хлопанье глазами»): затруднение, нервозность.

6. Сужение или расширение зрачка свидетельствует об усилении или ослаблении интереса. При возбуждении, страхе — зрачок увеличивается, при расслаблении — уменьшается.

7. Прямой взгляд, лицо полностью обращено к партнеру — признание собеседника, интерес к нему.

8. Взгляд направлен в бесконечность, «сквозь» глаза партнера — отсутствие интереса к собеседнику, подчеркнутое неуважение к нему. Такой взгляд наиболее сильно выводит других из равновесия, может вызвать ответную агрессивную реакцию.

9. Взгляд искоса через плечо — пренебрежение, презрение или осторожность, наблюдение.

10. Взгляд сверху вниз — превосходство, гордость, презрение.

11. Характерное вращение глаз — посылаемое украдкой кому-то сообщение, что ситуация невыносимо скучна.

12. Фиксированный, твердый, прямой взгляд, одновременно суженный, «пронизывающий» — расценивается как критическое испытание, основанное на недоверии, бесцеремонность, вплоть до агрессивности.

13. Недостаточный зрительный контакт расценивается как свидетельство невнимания, нежелания проявлять уважение, как неискренность собеседника, наличие у него нечистых помыслов или проявление застенчивости.

Сенсорные способы кодирования информации

- 1) репрезентативная система
- 2) Движение глаз при создании образа
- 3) Характеристика визуалов,
- 4) Сенсорные речевые предикаты
- 5) Примеры

4. Профессиональное слушание

Виды профессионально слушания.

Путь к профессиональному слушанию лежит через овладение соответствующими знаниями и умениями. Не зависимо от того, какой вид слушания вы используете, необходимо строго соблюдать элементарные правила:

- быть искренним в своем стремлении понять собеседника;
- проявлять уважение на всех уровнях (поза, мимика, жесты, реплики);
- сохранять молчание, позволяя собеседнику высказать то, что он намерен высказать.

Своевременное молчание в процессе общения является, пожалуй, самым надежным ответом в трудной ситуации, вызванной дерзостью, вульгарностью, агрессивностью или завистью собеседника.

Рассмотрим основные приемы и техники, характерные для двух видов профессионального слушания: нерефлексивного и рефлексивного. Их освоение требует определенной последовательности.

Приемы нерефлексивного слушания. В начале осваиваются приемы нерефлексивного слушания, цель которого – подача позитивного сигнала. Эти приемы позволяют создать благоприятный психологический климат общения, наладить межличностные отношения.

Приемы рефлексивного слушания. Второй вид – рефлексивный, т.е. отражающее слушание, является более сложным: оно включает освоение ряда мыслительных операций (анализа, обобщения и др.).

В процессе слушания полезно задавать себе следующие вопросы:

Действительно ли я слушаю собеседника или просто жду, когда придет моя очередь говорить?

О ком или о чем я думаю, слушая собеседника, - о себе или о нем?

Правильно ли я подаю знак собеседнику, что до меня доходят его слова?

Знает ли мой собеседник, что он правильно понят?

Лекция. Навыки убеждающего воздействия.

Психологическое воздействие

В конечном счете, мы все стремимся именно к нему! Приятно, наверное, когда от одного твоего слова строятся и разрушаются целые империи, создаются семьи, заключаются сделки и меняются судьбы. И, даже мимоходом подсказать совершенно незнакомой, сомневающейся тетке в магазине купить или не купить модную сумку - приятно. Вот приятно и все. В тоже время, от умения оказывать влияние зависит наша успешность на ярмарке жизни. И личное счастье. И карьера. И много еще чего.

Значение влияния. Влияние это не корона и не титул, а всего лишь способность, которую нужно постоянно поддерживать. Влияние необходимо использовать себе или другим во благо, но само по себе, бесцельное и упрямое оно быстро перерастает в

болезненное Эго и начинает пожирать тебя изнутри. Если ты тратишь свою жизнь на достижения влияния, ты уже не влиятельна. Влияние, как улыбка, рождается естественно, и вызывает в ответ только ответный порыв улыбнуться или последовать за тобой. Влияние, когда один хочет, а другой нет, не влияние, а насилие, а когда хотят оба - удовольствие. Получается, что путь к влиянию лежит через удовольствие, в которое ты вовлекаешь других. Не правда ли, хороший вывод?

Виды психологического влияния

Существуют различные виды психологического влияния, среди которых наиболее часто применяемые – убеждение и манипуляция.

Убеждение: сознательное аргументированное воздействие на человека (группу) с целью изменения его (их) взглядов, мнения, намерения, решения, отношения, суждения.

Манипулирование: скрытое побуждение адресата к переживанию определенных состояний, принятию решений, выполнению действий, необходимых для достижения инициатором своих собственных действий.

Самопродвижение: объявление своих целей и предъяснение своей компетентности и квалификации для того, чтобы иметь преимущества в ситуации выбора.

Внушение: сознательное неаргументированное воздействие на человека (группу) с целью изменить его состояние, отношение к чему-либо или предрасположенности к определенным действиям.

Заражение: передача своего состояния (осознанно или неосознанно) другому человеку (группе), который перенимает это состояние или отношение. (эмоциональные состояния передаются)

Пробуждение импульса к подражанию: способность вызывать стремление быть похожим. Копирование чужого поведения и образа мыслей может быть как произвольным, так и непроизвольным.

Формирование благосклонности: привлечение к себе внимания путем проявления собственной незаурядности, привлекательности, высказывания благоприятных суждений о человеке, по отношению к которому осуществляется, оказании ему услуг, подражание.

Просьба: обращение к человеку с призывом удовлетворить потребности или желания инициатора воздействия.

Принуждение: угроза применения инициатором контролируемых возможностей для того, чтобы добиться от адресата требуемого поведения (лишение благ, изменение условий жизни или работы).

Деструктивная критика: высказывание пренебрежительных или оскорбительных суждений о человеке, грубое осуждение, осмеяние его дел и поступков. Человек в этой ситуации стремиться «сохранить лицо», это отвлекает его силы на борьбу с возникающими отрицательными эмоциями, отнимает веру в себя.

Противодействие влиянию

СПОСОБЫ ПРОТИВОСТОЯНИЯ
ИГНОРИРОВАНИЕ. ДЕЙСТВИЯ, ДЕМОНИСТРИРУЮЩИЕ, ЧТО АДРЕСАТ УМЫШЛЕННО НЕ ЗАМЕЧАЕТ, НЕ ПРИНИМАЕТ ВО ВНИМАНИЕ СЛОВА, ДЕЙСТВИЯ ИЛИ ЧУВСТВА, КОТОРЫЕ НА НЕГО НАПРАВЛЕННЫ.
КОНСТРУКТИВНАЯ КРИТИКА. ОБСУЖДЕНИЕ С ОПОРОЙ НА ФАКТЫ ЦЕЛЕЙ, СРЕДСТВ ИЛИ ДЕЙСТВИЙ ИНИЦИАТОРА ВОЗДЕЙСТВИЯ И ОБОСНОВАНИЕ ИХ НЕСООТВЕТСТВИЯ ЦЕЛЯМ, ТРЕБОВАНИЯ АДРЕСАТА.
КОНТРАРГУМЕНТАЦИЯ. СОЗНАТЕЛЬНЫЙ АРГУМЕНТИРОВАННЫЙ ОТВЕТ, ОТВЕРГАЮЩИЙ ИЛИ ОСПАРИВАЮЩИЙ ДОВОДЫ ИНИЦИАТОРА ВОЗДЕЙСТВИЯ.
КОНФРОНТАЦИЯ. ОТКРЫТОЕ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЕ АДРЕСАТОМ СВОЕЙ ПОЗИЦИИ И СВОИХ ТРЕБОВАНИЙ ИНИЦИАТОРУ ВОЗДЕЙСТВИЯ.

ОТКАЗ. ВЫРАЖЕНИЕ АДРЕСАТОМ СВОЕГО НЕСОГЛАСИЯ ВЫПОЛНИТЬ ПРОСЬБУ ИНИЦИАТОРА ВОЗДЕЙСТВИЯ.
ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ САМООБОРОНА. ПРИМЕНЕНИЕ РЕЧЕВЫХ ФОРМУЛ И ИНТОНАЦИОННЫХ СРЕДСТВ, ПОЗВОЛЯЮЩИХ СОХРАНИТЬ ПРИСУТСТВИЕ ДУХА И ВЫИГРАТЬ ВРЕМЯ ДЛЯ ОБДУМЫВАНИЯ ДАЛЬНЕЙШИХ ШАГОВ В СИТУАЦИИ ПРОЯВЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ.
ТВОРЧЕСТВО. СОЗДАНИЕ НОВОГО, ПРЕНЕБРЕГАЮЩЕГО ВЛИЯНИЕМ ОБРАЗЦА, ПРИМЕРА ИЛИ МОДЫ.
УКЛОНЕНИЕ. СТРЕМЛЕНИЕ ИЗБЕГАТЬ ЛЮБЫХ ФОРМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ИНИЦИАТОРОМ ВОЗДЕЙСТВИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ СЛУЧАЙНЫХ ЛИЧНЫХ ВСТРЕЧ И СТОЛКНОВЕНИЙ.
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ. СОПРОТИВЛЕНИЕ АДРЕСАТА ПОПЫТКАМ ВНУШИТЬ ИЛИ ПЕРЕДАТЬ ЕМУ ОПРЕДЕЛЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ОТНОШЕНИЕ, НАМЕРЕНИЕ ИЛИ СПОСОБ ДЕЙСТВИЯ.

Способы оказания влияния (Елена Сидоренко)

1. Сильное цивилизованное. 2. Слабое цивилизованное.
 3. Сильное нецивилизованное. 4. Слабое нецивилизованное.
- Допустим, ты хотела бы, чтобы к реорганизации фирмы был принят твой проект.
1. Сбор данных о плюсах предложенной тобой системы, приводишь обоснованные экономические доводы, заручаешься мнением авторитетных экспертов и грамотно представляешь все это на совещании. Тем самым ты оказываешь сильное цивилизованное влияние на руководство и имеешь все шансы победить.
 2. Другой вариант, ты не очень уверена в своем проекте, но обещаешь боссу поговорить со своим отцом, членом правления банка о предоставлении фирме внеочередного кредита, который, если что, покроет убытки. Это слабое, но цивилизованное влияние.
 3. Если вместо того, чтобы уповать на плюсы своего проекта ты собираешь данные о минусах проектов твоих коллег и всячески пытаешься выставить их в неблагоприятном свете - ты пользуешься методом сильного нецивилизованного влияния.
 4. И, наконец, если ты надеешься переспать с боссом и уговорить его поступить по твоему, ну, сама подумай, каким влиянием ты планируешь воспользоваться.

Ловушки влияния. Психологи утверждают, что каждый из нас выбирает для оказания влияния ту или иную стратегию и склонен теряться и попадать в ловушки ей противоположной. То есть, если человек привык действовать сильно и цивилизованно, то оказываешься совершенно безоружным перед слабыми, нецивилизованными методами. И наоборот.

Человек, выбравший себе одну из стратегий влияния, обычно совершенно не приемлет и не может действовать сообразно другой. Противоположная стратегия конфликтует с системой его ценностей, с его представлениями о том, как правильно жить. Человек становится незрячим и глухим перед противоположными стратегиями, в его системе мира этого нет, поэтому его так легко обмануть.

Начерти систему координат, где напротив сильного цивилизованного окажется слабое нецивилизованное, а напротив слабого цивилизованного - сильное нецивилизованное, затем выпиши под ними случаи, когда ты поступала тем или иным образом. Посмотри, как ты действуешь чаще всего, и сразу будет понятно твое "слабое звено". Теперь, как бы тебе не было противно, напиши несколько аргументов в защиту "не твоего" метода. Представь себе, что ты поступаешь так и найди себе оправдания. Не бойся, на самом деле ты по-прежнему не будешь так поступать, а вот от желающих поступить так с тобой этим

себя защитишь. **Ибо, к нам постоянно приходит то, что мы не приемлем, не понимаем и осуждаем в других.**

Упражнения.

Энергетика. Влияние, впрочем, как и все в этом мире, тесно завязано на энергетическое взаимодействие людей. Если ты хочешь, чтобы твое влияние стало более эффективным, запомни, что люди делятся на тех, кто более подвержен словесному убеждению, тех, кто доверяет невербальным и тактильным знакам, и убежденных интуитов, которые во всем полагаются на внутренние импульсы. Научись различать значимую сферу человека и говори с ним на одном языке. "Коммуникатора" убеждай, с кинестетиком установи телесный контакт, а глядя на интуита попробуй почувствовать, что ему больше всего хотелось бы услышать, увидеть или получить. Но кем бы не был твой собеседник, он способен отличить правду от лжи, о которой сигнализирует твое тело. Поэтому, не пытайся повлиять на другого, если сама не веришь в то, чего хочешь добиться. Этот номер не пройдет!

Чтобы легче было влиять на других людей, освой несколько простых приемов.

Ковер. Тыходишь в комнату, где полно людей, и среди них есть те, кто тебе интересен. Представь, что ты кидаешь на пол и мгновенно расстилаешь по нему очень красивый ковер. Это твой ковер, и теперь все гости располагаются на нем. Теперь улыбнись и приступай к знакомству, ковер придаст тебе уверенности.

Свита. Ты одна, а людей на вечеринке так много. И ты, кажется, потерялась в толпе. Вспомни своих друзей и знакомых, особенно тех, с кем не страшно в огонь и в воду. Мысленно поставь их за своей спиной, представь, что они идут за тобой следом. И удивишься, как быстро изменится походка, как тело станет раскованнее двигаться, а взгляд из испуганного превратится в призывный. (Только не забудь потом мысленно поблагодарить друзей за поддержку и отпустить).

Заземление. Ты стоишь в кабинете начальника, представляешь свою фирму на выставке, выступаешь на конференции. Скорее всего, у тебя туфли на высоком каблуке, да еще слегка пошатывает от волнения. Сконцентрируйся и мысленно опусти вес своего тела вниз, встань чуть шире и представь, что твои ноги начинают сливаться с землей, словно дерево, пускающее корни. Немного напряги ноги и слегка, еле заметно согни их в коленях. Если ты все сделала правильно по ногам пройдет легкий гул (поток энергии), это ты "заземлилась", соединилась с энергетическим потоком земли. А теперь, чтобы ты не говорила, окружающие будут воспринимать с большим уважением и интересом. Да и поведение твое будет убедительным, а действия адекватными.

Определись, что для тебя важнее, чтобы все знали о твоём влиянии, или сама возможность влиять. Если первое, тебе нужно не влияние, а слава. А слава может быть любой. И добиваться ее легче, как раз не влиянием, а, например, яркими и совершенно безответственными поступками. Влияние зарабатывается годами, но в отличие от имиджа не работает на тебя вторую половину жизни. Одна ошибка и влияния уже нет. Поэтому быть агентом влияния - тяжелая работа на всю жизнь.

2. Риторика как искусство речевого воздействия

Сущность риторики

В современном мире самым признанным методом воздействия на человека является убеждение как сознательное аргументированное воздействие на другого человека (группу) с целью изменения суждений, отношений, намерений или решений. В результате убеждения необходимо сформировать знания, которые впоследствии станут мотивом поведения человека и определяют его отношение к действительности.

Выработать убеждение удается крайне редко, обычно формируется мнение, то есть уверенность в истинности какого-либо утверждения, но при этом уверенность не является полной.

С древнейших времен развитие у человека способности убеждать протекало в русле риторики. Риторика – важнейшая часть культуры, ибо она является способом передачи информации, способом который и определяет результат диалога. В древности риторика развивалась в двух направлениях как искусство

красноречия (умение говорить красиво) и как искусство убеждения. Риторика красноречия, известная как классическая риторика, преподавалась во всех европейских странах вплоть до XX века.

Необходимость убеждать

Почему возникает необходимость в столь сложном, психологически и лингвистически изощренном способе, как риторика? Исчерпывающий ответ дал Аристотель в своей классической работе: "Если мы имеем даже самые точные знания, все-таки нелегко убеждать некоторых людей, говоря на основании этих знаний, потому что оценить речь, основанную на знании, есть дело образования, а здесь [перед толпой] это невозможно. Здесь мы непременно должны вести доказательства и рассуждения общедоступным путем".

Факторы, ограничивающие

Передавая информацию или что-то разъясняя, доказывая или опровергая, человек преследует цель убедить другого в обоснованности, правильности собственных представлений.

Существуют множество факторов, которые ограничивают способность убеждать:

Во-первых, убедить можно только того, кто хотел бы убедиться сам. В противном случае, мы сталкиваемся с эффектом непонимания как отсутствие желания понимать.

Во-вторых, стратегия убеждения требует больших временных затрат.

В-третьих, наличие единой информационной базы (уровня, качества и содержания образования), что могло бы привести к однозначному пониманию аргументации.

В-четвертых, существует определенный процент людей, нечувствительным к рассудочным доказательствам.

Составляющие риторического текста

Риторический текст строится по определенным правилам. В нем обязательно выделяются три части: логос, пафос и этос. За последовавшие 25 веков после написания труда Аристотелем, ни логос, ни пафос, не претерпели принципиальных изменений. Совершенно иначе дело обстояло с этосом: моральные нормы не являются одинаковыми для всех времен, народов, социальных, возрастных и иных групп.

3. Логические основы убеждения.

Виды убеждения

Информирование. Для того чтобы человека побудить к деятельности, требуется целый спектр побудительных воздействий, и в первую очередь сообщение о том, ради чего человек должен действовать. Если для человека что-то очень важно, но он не верит в возможность осуществления этого, он останется в бездействии. Не начнет действие человек и тогда, когда имеет дело с целью пусть и легко достижимой, но не стоящей усилий.

Информирование в процессе убеждения реализуется различными методами. Среди них особое место занимает рассказ, который обычно строится двумя путями: индуктивным (идут от отдельных фактов к обобщениям) и дедуктивным (идут от общих положений к отдельным фактам). Психологи считают, что если слушатель по темпераменту холерик, то он предпочитает дедуктивный путь изложения, если флегматик - индуктивный.

Разъяснение. Инструктивное разъяснение уместно в том случае, когда от слушателя требуется что-то запомнить, но при этом мышление не задействуется. Такой прием не нравится людям творческим, с художественными наклонностями.

Для творческих натур большую привлекательность имеют приемы *рассуждающего разъяснения*. Это связано с тем, что у таких людей обычно на все бывает своя точка зрения и они привыкли вести полемику, жаждут активности. Рассуждающее разъяснение строится таким образом, что ведущий все время ставит перед собеседником вопросы "за" и "против", заставляя его мыслить самого.

Доказательство. Традиционно доказательство относят к логическим операциям. Оно строится по законам формальной логики: закон тождества, закон противоречия, закон исключенного третьего и закон достаточного основания. Суть доказательства заключается в том, что выдвигается какой-то тезис (мысль, суждение) и подыскиваются доводы для его подтверждения. Доказательство может носить характер демонстрации непосредственно воспринимаемых фактов (предъявления фактов). Люди привыкли опираться на факты, которые создают у них соответствующий настрой на восприятие действительности, формируют психологические установки. Для того чтобы убедить людей в чем-то нужны факты.

В научной практике иметь факты - условие необходимое, но не достаточное. “Мало ли что я вижу, докажи это в логике понятий” - требование древних обязательно соблюдается в науке. Несовпадение бытовых представлений, основанных на непосредственном наблюдении, и научных, построенных по законам логики, красиво описал А.С.Пушкин:

Движенья нет, сказал мудрец брадатый.
Другой смолчал и стал пред ним ходить,
Сильнее бы не мог он возразить;
Хвалили все ответ замысловатый.

Это строки А.С.Пушкина о споре Зенона с Антисфеном, который именно таким образом хотел опровергнуть вывод Зенона: движения нет, есть преодоление расстояния, а посему быстроногий Ахиллес никогда не догонит медлительную черепаху. Вывод кажется абсурдным, и тем не менее, в представлениях философов в этом споре победу одержал Зенон, чья логика доказательства выглядела убедительнее фактов. Поэтически излагая факты из жизни древних, А.С.Пушкин добавляет:

Но, господа, забавный случай сей
Другой на память мне наводит:
Ведь каждый день пред нами солнце ходит,
Однако ж прав упрямый Галилей.

В логике доказательством называют интеллектуальную операцию, состоящую в установлении истинности некоторого суждения посредством его выведения из других суждений, истинность которых полагается установленной до этой операции и независимо от нее. Роль доказательства в интеллектуально-речевой практике определяется двумя его функциями: *познавательной* и *коммуникативной*. Конечно, было бы наивно думать, что суждение становится истинным только в результате его логического доказательства. Доказательство не делает суждение истинным, оно лишь устанавливает его истинность.

Опровержение. В логическом плане опровержение обладает той же природой, что и доказательство. Опровергнуть какое-либо положение - значит доказать его ложность. С логической точки зрения опровержение суждения “р” есть не что иное, как доказательство тезиса “¬р”. Например, опровергнуть суждение “Вечный двигатель существует” - значит доказать суждение “Вечного двигателя не существует”. Противоположность доказательства и опровержения приобретает смысл только в практике жизнедеятельности людей.

Спецификой гуманитарных наук, а также бытового общения является использование так называемой недоказательной аргументации и не полностью опровергающей критики.

Аргументация - это полное или частичное обоснование какого-либо утверждения с использованием других утверждений. Предполагается, что в аргументациях другие утверждения обоснованы хотя бы частично и обосновываемое положение из них логически следует или, по крайней мере, подтверждает его. В этом смысле частным случаем аргументации является доказательство.

Всякая аргументация имеет два аспекта: логический и коммуникативный. Естественно, выделение логического и коммуникативного аспектов аргументации возможно лишь условно, ибо в реальности они являются единым процессом.

В логическом плане аргументация выступает как процедура отыскания и предъявления доводов (аргументов, оснований) в пользу некоторого положения (тезиса). Философы делят логическую аргументацию на два больших и существенно различающихся класса: аргументы индуктивной и дедуктивной структуры.

В коммуникативном плане аргументация - это процесс передачи (истолкования, внушения) информации, зафиксированной в тезисе аргумента. Выработать у людей убеждения, то есть полную уверенность в истинности того или иного положения, удается далеко не всегда. Порой формируется только мнение, то есть уверенность в истинности относительно какого-либо утверждения, но при этом уверенность не является полной. Мнение также может отличаться “жесткой” фиксацией.

Всякая аргументация рассчитана на доверие, которое не приходит само собой и для обретения которого нередко требуется значительная речевая изобретательность

аргументаторов. Классические произведения художественной литературы дают прекрасные примеры использования различных приемов аргументации (вспомним хотя бы Чичикова и его блистательные аргументации при покупке мертвых душ, которые разительно менялись в разговорах с Маниловым, Собакевичем и др.).

В бытовой речи термины “доказательство”, “обоснование”, “аргументация” употребляются как синонимы. Психологи в своей работе по описанию индивидуальных особенностей человека используют осторожные обороты речи типа: имеются основания считать, что..., представляется достаточно вероятным, что..., можно предположить, что...

Способы выработки убеждений

В рамках научного исследования, политического диалога и просто повседневного общения люди используют различные способы, приемы с целью убедить других в значимости (истинности, полезности и т.п.) тех или иных взглядов, идей, концепций. Среди наиболее используемых способов можно назвать убеждение на основе веры и внушения, которые чаще всего встречаются в повседневной жизни, и путем обоснования, что является обязательным условием принятого научного рассуждения

Понятие веры. Само слово Вера, непременно ассоциируется у большинства из нас с такими понятиями как Бог, религия, церковь, и со всем, что имеет к этому хоть какое-то отношение. По всей видимости, происходит это из-за того, что в наше советское, атеистическое прошлое, слово вера употреблялось в основном для того, чтобы подчеркнуть религиозность человека, и его Веру в Бога.

На самом деле, само понятие вера намного шире, и касается каждого из нас, даже тех, кто никогда не слышал этого слова. Ведь поверить, или принять на веру, означает признание чего-либо истинным, и признание безусловное, бездоказательное.

И все мы, кто осознанно, а кто и незаметно для себя во что-нибудь верим. Один верит в силу денег, другой в скорый конец света. Вера обязательно присутствует в каждом из нас, вне зависимости от нашего желания и других факторов.

Человеческий мозг устроен таким образом, что мы просто не можем вести себя иначе. Каждого из нас, можно научить верить в несуществующее, и наоборот не верить в существующее, реальное. И что в таком свете представляет из себя реальность? В нашем мире относительности все может существовать только в зависимости от нашего отношения к этому конкретному объекту или действию, от нашей оценки. Таким образом, именно вера создает и формирует нашу реальность, и вопрос только в том, во что верит каждый из нас?

Однажды к мудрому человеку пришли двое с просьбой рассудить. Мудрец выслушал одного и сказал - ты прав. Потом мудрец выслушал другого, который отстаивал противоположную точку зрения, и опять сказал - ты прав. Присутствующий при этом третий возмутился - не могут быть правы двое, утверждающие противоположное. "И ты тоже прав" - ответил мудрец.

Воздействие веры. Формирование, обретение веры, происходит под воздействием огромного количества явных и скрытых факторов, которые начинают свое воздействие на наше подсознание с момента нашего рождения, и не прекращают ни на секунду своего воздействия. Вера, построенная на изменяющихся факторах, по определению не может быть чем-то неизменным.

У каждого из нас, благодаря вере, существует своя интерпретация действительности, исходя из которой мы принимаем те или иные решения, и отстаиваем определенные идеи. Вот только все мы привыкли считать свою точку зрения правильной, а все что ей противоречит стремимся отрицать или разрушать. ь.

Разновидности веры. По силе воздействия, согласно восточным учениям, вера разделяется на четыре вида.

1. Вера – восхищение 2. Вера – страсть 3. Вера – убежденность 4. Необратимая вера
Все разновидности веры обладают большой силой, способной творить порой невозможное, но только необратимая вера обладает невероятной, неограниченной силой и

возможностями, как созидательными так и разрушительными. Необратимая вера не зависит ни от чего, ее ничем нельзя разрушить или поколебать. Обладая такой верой, человек способен влиять на относительную реальность, и убеждать миллионы людей идти за собой, невзирая на трудности и лишения.

Каждому из нас, стремящемуся к каким-либо достижениям в жизни, невозможно обойтись без веры. Вера - основная причина целеустремленности, без которой нам ничего не достичь. Таким образом, нам нужна подконтрольная нам, управляемая вера, нацеленная на определенный объект. Самым доступным всем нам способом обретения веры, является **самовнушение**. Нужно максимально задействовать все наши каналы восприятия, используя зрение, слух и т.д. Старайтесь использовать все возможности для развития и укрепления вашей веры, и наоборот, избегайте всего, что способно её разрушить. Нужно соответственно выбирать свое окружение, род занятий, доминирующие чувства.

Обретенная вами вера, придаст вам новых сил, компенсирует недостаток знаний и умений, а также позволит выстоять в самых трудных и опасных ситуациях. Не жалейте усилий, и на службу вашим достойным целям, станет величайшая сила веры, основа невероятных достижений, делающая невозможное возможным.

Рекомендации по убеждению общего характера

Способы разубеждения

Критику можно рассматривать как особую форму доказательства. Опровергнуть какое-либо положение - значит доказать его ложность. Задача критики - разубеждение людей в обоснованности того или иного положения и убеждение их в ложности этого положения. Конечная цель критики достигается не всегда. Иногда удается лишь установить необоснованность утверждения, низкую степень правдоподобия.

Признавая единую логическую природу доказательства и опровержения, следует подчеркнуть, что в психологическом плане здесь имеются различия. Опровержение используют в критике устоявшихся взглядов и стереотипов поведения людей, в разрушении установок. Когда мы кого-то опровергаем в чем-то, то встречаемся с чувством собственного достоинства, с Я. Здесь для эффективного опровержения одной логики мало.

С позиции психологии считается бесполезным вступать в спор с тем, кто ошибается, но отстаивает свою точку зрения. Даже если нам удастся камнями на камне не оставить от аргументации оппонента и тем самым доказать полную несостоятельность позиции человека, он может отказаться от борьбы. Для того чтобы он искренне признался, что он не прав, нужно время, много времени. "Кто побеждает с ходу, тот обычно проигрывает".

Опровержение как уличение в клевете или лжи - это прием политики, а опровержение, рассчитанное на перемену мировоззрения и установок, - это прием делового общения.

Отношение к критике у разных людей различно. Одни извлекают из критики пользу, считают, что она помогает делу, другие морщатся, но терпят, третьи активно борются с критикующими, поскольку убеждены: критика мешает делу. Однако хотим мы или не хотим, критика присуща всякому социальному организму, и лучше уж быть знакомым со всеми сложностями и тонкостями этого явления, чем страдать от неумения применять и принимать критику

Правила критики

4. Агональная коммуникация.

История возникновения агональной риторики

Риторика убеждения многие века была в забвении. Ее возрождение связано с США, страной, которая практически строила свою культуру на иных, чем в Европе риторических основаниях. Ни торжественный стиль, ни богатство лексического материала не заботили американцев. Их основной задачей стало придание риторике орудийного, агонального характера. Коммивояжер, выпускник колледжа или проповедник могли рассчитывать на успех лишь в том случае, когда они постигали законы агональной коммуникации, т.е. воздействия на сознание другого посредством слова для достижения определенных целей. Такое направление получило название новой живой риторики (New lively rhetoric). Ее изучение проходило буквально на всех уровнях образования.

Возникновение средств массовой коммуникации (кино, радио, телевидение) привело к тому, что обыкновенный человек оказывался как бы опутанным бесконечными нитями агональных высказываний, противостоять которым или хотя бы критически их отслеживать он не мог бы без знания основ риторики.

Предпосылки убеждающей коммуникации

Помимо общих условий, необходимых для всякой коммуникации, агональная коммуникация требует особых условий, невыполнение которых разрушает агональность. Эти условия образуют три большие группы: психологическую, логическую и лингвистическую.

3) Психологические предпосылки

В агональной риторике психологические предпосылки являются центральными и определяющими. Их можно сформулировать в виде некоторых тезисов.

□ **Никогда не лги, никогда не говори правды, всегда что-то говори.**

Это настоящая ловушка: оратор не может лгать, поскольку всякая ложь проверяема, не может говорить истину, поскольку в отличие от лжи истину нельзя проверить, в нее можно лишь верить, в то же время не может не говорить, иначе нет процесса взаимодействия. Выходом из такой ловушки может стать лишь обращение к неиспользованным ресурсам языка и конструирование на их основе новых выражений, способных обеспечить коммуникативное событие.

□ **Никогда не формулируйте истинных целей коммуникации перед клиентом.**

Формулировка истинных целей агонального высказывания разрушает убедительность коммуникативного акта. Эта установка требует от него особого типа дискурса, во многом сходного с высказываниями, применяемыми в эриксоновском гипнозе.

Речевые техники. Троизм – очевидное, банальное утверждение, общеизвестная, избитая истина, которую используют для маскировки определенных инструкций. Пример. «Люди часто чувствуют облегчение, после того как заключают договор». «Люди умеют забывать то, что они знают».

□ **Клиент всегда прав и все знает.**

Поставить пациента перед необходимостью выбора и обеспечить ему "свободу" такого выбора — важное условие, вне которого агональная коммуникация оказывается невозможной.

Техника выбор без выбора: предоставление на выбор человеку нескольких возможностей, каждая из которых вас вполне устраивает. «Вы хотите заплатить наличными или чеком? Вы сможете применить полученные знания сразу или после небольшой тренировки?»

Техника право выбора. Добавляете ту реакцию клиента, которая вас не устраивает, но произносите пренебрежительным тоном. «Вы можете сделать заказ по телефону или прямо сейчас, или не делать вообще».

□ **Обращайтесь к мотивам, которые не эксплуатируются сознанием, но существуют в неосознанном виде.**

При всем своем разнообразии, как утверждают психологи, неосознанные мотивы оказываются подчиненными одной из четырех целей: репаративной, океанической, индугентной, коммуникативной.

□ **Человек воспринимает не то, что ему сообщается, а то, что он хочет воспринимать.**

Задача агонального коммуниканта – узнать, что хочет человек, и постоянно говорить ему об этом. Для того чтобы понять, что именно волнует человека, нет необходимости спрашивать его об этом, поскольку о чем бы человек ни говорил, он всегда найдет возможность (неосознанно) вставить то, что волнует лично его. Опытный оратор осознанно включает в свою речь слова (темы), которые привлекают внимание.

Одним из приемов, который часто срабатывает является прием похвалы, когда пытаются сыграть на тщеславии человека. Для этой цели используются такие выражения: как человек выдающихся достоинств», «не подлежит сомнению ваша глубокая эрудиция» и т.п.

Соблюдая и учитывая все перечисленных выше положений, необходимо помнить, что вы не единственный, кто воздействует на человека. Разрушение чужого стереотипа – один из важнейших принципов агональной коммуникации

4) Логические предпосылки

• **Агональное высказывание противоположно формально-логическому высказыванию.**

Формально-логическое высказывание всегда может быть проверено как истинное или ложное. Агональное высказывание одновременно утверждает себя как истинное и конструирует серию сценариев, где эта истина выступает в наглядном виде. Но, главное, нарушая правила формальной логики, конкретный случай расширяется до границ абсолютных.

Пример речи сенатора Менения Агриппа, с которой он выступил, когда однажды в Древнем Риме взбунтовались плебеи.

“Каждый из нас знает, что в организме человека существуют разные части, причем каждая из этих частей выполняет свою определенную роль: ноги переносят человека с одного места на другое, голова думает, руки работают. Государство - это тоже организм, в котором каждая часть предназначена для выполнения определенной роли: патриции - это мозг государства, плебеи - это его руки. Что было бы с человеческим организмом, если бы отдельные его части взбунтовались и отказались выполнять предназначенную для них роль? Если бы руки человека отказались работать, голова - думать, тогда человек был бы обречен на гибель. То же самое случится и с государством, если его граждане будут отказываться выполнять то, что является их естественной обязанностью”.

• **Агональная риторика оперирует парадоксами.**

Традиционная риторика опирается на доксы (общепринятыми высказываниями). На этой риторической антонимии возникло разграничение языка. Есть язык присущий массовой культуре, пропаганде. Он расплывчат и нечеток, обращен к недискутируемым посылкам, которые строятся на идеологии. Язык, используемый в агональной коммуникации, резко обособлен, парадоксален, он опирается на мысли. Ему присуща особая энергетика, которая возникает в следствии разрыва систематичности изложения.

- **Агональная риторика рассматривает речь как решение изобретательской задачи.**

Если в житейской речи, как и в обычных задачах, используются алгоритмы, то агональная коммуникация, как и решение творческих задач, требует осознания нетривиальной нестандартной ситуации. Обыденное мышление, стереотипно: не получив указания выйти за пределы обыденных представлений, оно не позволяет человеку решать нетиповые задачи. Несмотря на все разнообразие, большинство задач такого рода базируются либо на скрытом условии, либо на необходимости дополнительного условия, либо на необходимости смены названия. Агональный коммуникатор, как правило, ищет дополнительные условия, при которых поставленная им задача может быть решена.

В поисках аргументов

К тактическим приемам общеметодологического и психологического характера относят следующие.

Оттягивание возражения. Если человек чувствует, что аргументы существуют, но он никак не может их найти, надо выиграть время, подумать. Попросить подождать, объявить перерыв, повторить ранее высказанные аргументы.

Соккрытие тезиса. Есть такое педагогическое правило - четко сформулировать тезис аргументации, а затем его обосновывать. Это позволяет сосредоточить внимание на основной проблеме и лучше усвоить аргументацию. Иногда имеет смысл действовать наоборот. Сначала изложить аргументы, причем сформулировать их ясно и четко. Спросить оппонента, согласен ли он с аргументами, а потом вывести из аргументов тезис. Можно предоставить оппоненту возможность самому вывести тезис. Можно высказать ложный тезис, который явно не следует из аргументов, чтобы оппонент при последующем размышлении сам исправил ошибку и пришел к правильному выводу.

Затягивание спора. Этот прием используется в том случае, когда оппонент не может ответить на возражение, а также когда он чувствует, что не прав по существу. Оппонент просит повторить вашу последнюю мысль, сформулировать ваш тезис ("Ничего, что в пятый раз?"). Как реагировать на этот прием? Нужно назвать применяемый прием и обратиться к аудитории с вопросом: "Кто еще, кроме оппонента, не понял, что я доказываю?"

Разделяй и властвуй. Расчленение сил коллективного оппонента путем нахождения разногласий в его рядах и противопоставления одной части группы другой ее части. Если удастся вызвать спор внутри группы, цель можно считать достигнутой.

Для того чтобы не попасться на эту уловку, следует вовремя предложить членам группы отвлечься от незначительных разногласий и отстаивать основную идею, относительно которой есть согласие.

Переложить бремя доказательства на оппонентов ("исти-на в молчании"). Иногда критиковать аргументацию противоположной стороны легче, чем обосновывать свой тезис, поэтому, применяя данный прием, стараются свой тезис не обосновывать, а требовать доказательства тезиса оппонента. В этой ситуации оппоненту следует добиваться равноправия.

Кунктация (от слова - медлительный), "Кунк-гатор" - прозвище древнеримского полководца Квинта Фаbia Максима. Оно было дано ему за медлительность в войне против Ганнибала (действовал так, чтобы истощить армию Ганнибала). Применяя этот прием, стараются занять выжидательную позицию в споре, чтобы проверить свои аргументы, слабые отбросить, а сильные использовать в самом конце спора, выступить последним, чтобы оппонент не смог возразить. В этом случае желательно установить регламент.

Хаотичная речь - имитация речи психически больного человека. Встречаясь с этим приемом, нужно назвать его и сказать, что здесь не выделены тезис и аргументы.

Уловка Фомы (ни с чем не соглашаться). "Отрицайте все и вы легко можете прослыть за умницу." Эти слова приписывают И.С. Тургеневу. Этот прием иногда применяется по убеждению, иногда с целью остаться победителем в споре. В первом случае в основе приема лежит незнание или отрицание философского учения о соотношении абсолютной и относительной истины. Научное учение, если это учение о сложном явлении, как правило, является истиной относительной (содержит опровергаемые в процессе развития науки утверждения) и истиной абсолютной (содержит не опровергаемые в дальнейшем утверждения). Преувеличение первой черты учения приводит к агностицизму, второй - к догматизму.

Игнорирование интеллектуалов. Оппонент ведет себя так, будто среди слушателей нет образованных и умных людей, способных объективно и осмысленно оценивать получаемые сведения. Ссылается, например, на исторические факты, но не точно. Его не смущает, что могут быть люди, знающие историю. Применяя этот прием, используют особые способы обоснования утверждения, чаще всего - обобщающую индукцию: от отдельных примеров переходят к общим утверждениям. Этот прием чаще всего используют политические деятели.

Простая речь. Избегают фактических и логических ошибок, сложных рассуждений. Говорят медленно, приводят житейские примеры, не употребляют иностранных слов.

Некорректные.

Аргумент к личности включает следующие приемы.

1. Противнику приписываются такие недостатки, реальные или мнимые, которые представляют его в смешном свете, бросают тень на его умственные способности, подрывают доверие к его рассуждениям.

2. Противника неумеренно хвалят, пытаются сыграть на его тщеславии: “как человек выдающихся достоинств...”, “не подлежит сомнению глубокая эрудиция...”. Существует вполне реальный шанс, что тронутый комплиментами, оппонент станет покладистей, уступчивее и “аргумент к тщеславию” сработает.

3. Обращаются к авторитетным людям, к тем, с кем противник не посмеет спорить, даже если они, по его мнению, неправы. Использование высказываний, сформулированных авторитетными людьми, является неизменным атрибутом научных дискуссий.

4. Стремятся возбудить в противнике жалость и сочувствие.

Лингвистические предпосылки

- **Агональная коммуникация не проясняет смысл высказывания, но, напротив, придает любому высказыванию возможность различной расшифровки.**

Подобно тому, как в логическом плане агональная коммуникация использует резервы парадоксального мышления, в аспекте лингвистическом она всякий раз обращается к двусмысленности языка.

Пример из речи оппонента сенатора от штата Флорида К. Поппера, после которой последний потерпел полный крах.

“... все ФБР и каждый член конгресса знают, что Клод Пеппер бесстыдный **экстраверт**.

Более того, есть основания считать, что он практикует **непотизм** по отношению к свояченице, сестра его была **феспианкой** в греховном Нью-Йорке. Наконец, и этому трудно поверить, хорошо известно, что до женитьбы Пеппер практиковал **целибат**”.

Для сведения. Экстраверт - общительный человек; непотизм - покровительство родственникам; феспианка - поклонница драматического искусства; целибат - безбрачие.

Техника игры на несовпадении понятийного значения и эмоционального смысла слова. В языке имеется целый ряд слов, которые являются синонимами, но с эмоционально-оценочной точки зрения они противоположны: разведчик — шпион; партизан — террорист; вождь народа — демагог. В основе такого несовпадения лежит универсальная оппозиция «Мы - группа – Они - группа». Естественно, в процессе агональной коммуникации эта оппозиция оказывается актуализированной и служит одним из важнейших средств воздействия.

В качестве примера можно привести прием аргумент к публике, когда выступающий пытается опереться на мнения, чувства и настроения тех, кто оказался причастным к спору.

Так, на одной из дискуссий по поводу теории происхождения видов Ч.Дарвина епископ Вильберфорс обратился к слушателям с просьбой, чтобы встали те, чьи предки были обезьянами. Тем, кто присутствовал на этой дискуссии, казалось не совсем приличным иметь своими предками обезьян. Аргумент к публике, или к массам, часто используется в политических спорах.

Техника игры на несовпадении суггестии (внушения) и рационализации высказывания. Существует два типа ораторского слова — убеждающее и разубеждающее. В основе внушения лежит убеждающий дискурс с “уклончивой фразой”, дающей уклончивое значение, которое не имеет строгого соответствия миру явлений. Убеждающий дискурс пользуется обильными словесными блоками как готовым сложившимся материалом. Разубеждающий дискурс дает новое освещение речи, разрушая внушение. Основными приемами разубеждающего дискурса становятся:

- использование приемов убеждающего дискурса и их взрыв изнутри, в том числе средствами иронии, пародии, окарнажирования, т.е. в конечном счете, обесмысливания;
- противопоставление исторически сложившейся традиции убеждающего слова более нового подхода, связанного с углубленной дифференциацией значений слов и их оттенков.

Если убеждающий дискурс стремится использовать синтетическое целое фразы, вызывающее тот или иной эмоциональный отклик, то разубеждающий идет “по пути разложения этих сгустков, анализа их, вышелушивания из фразы и вещи из слова”.

Пример речи адвоката Ф.И. Плевако, когда на скамье подсудимых оказалась старушка, укравшая чайник стоимостью менее пятидесяти копеек. Прокурор решил обезоружить адвоката и сам высказал все, что можно было сказать в защиту подсудимой: бедная старушка, горькая нужда, кража незначительная, подсудимая вызывает только жалость. Но, подчеркнул прокурор, священность, все гражданское благоустройство держится на собственности, и если позволить людям посягать на нее, страна погибнет.

Поднялся защитник Ф.Плевако и сказал:

«Много бед, много испытаний пришлось претерпеть России за ее больше чем тысячелетнее существование. Печенеги терзали ее, половцы, татары, поляки. Двенадцать языков обрушились на нее, взяли Москву. Все вытерпела, все претерпела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь ... Старушка украла старый чайник ценой в тридцать копеек. Этого Россия уж, конечно, не выдержит, от этого она погибнет безвозвратно».

Это была одна из самых коротких речей Ф.Плевако. Результат - присяжные оправдали старушку.

В этом примере мы видим столкновение двух агональных тактик. Прокурор расширяет конкретный случай до границ абсолютного принципа. С этой целью он использует ряд уклончивых фраз, его обильные словесные блоки заслоняют конкретный смысл ситуации. Ф.И. Плевако проделывает обратный ход, возвращаясь к исходной ситуации, и с помощью иронии лишает речь прокурора ее онтологического статуса.

Мотивы

7) Язык второго порядка

В метаязык прочно обосновался в деловом общении. Сто лет назад работодатель вполне мог уволить работника с криком: "Убирайся, лодырь!" Давление профсоюзов, игра в демократию привело к тому, что подобная прямота полностью исчезла из обращения.

Метаязык — расшифровывается, как "язык, который скрывает истинный смысл того, что выражается обычным языком". Это язык, в котором сообщение, кроме основного, имеют дополнительный смысл. Иногда основной смысл теряет всякое значение.

Если убрать все метавыражения из нашей повседневной речи, то беседа станет краткой, резкой и исключительно смысловой. Мы начнем казаться друг другу грубыми, жестокими и невнимательными. Метаязык смягчает удары, которые мы наносим друг другу, позволяет нам манипулировать собеседником, достичь собственных целей и выпустить эмоции, не нанося смертельной обиды. Метаязык прочно обосновался в деловом общении. Сто лет назад работодатель вполне мог уволить работника с криком: "Убирайся, лодырь!" Давление профсоюзов, игра в демократию привело к тому, что подобная прямота полностью исчезла из обращения.

Метаслова и выражения

Метаслова, которые служат сигналом, что **собеседник стремится скрыть правду или направить беседу в неправильное русло, сразу же дают понять, что собеседник далеко не так правдив, честен и искренен, как он утверждает.**

Многие люди имеют дурную привычку использовать подобные слова. Они часто предваряют ими действительно честные предложения, а в результате добиваются обратного эффекта - к их словам относятся с недоверием.

Два посторонних человека начинают разговор, как ритуал, с определенных, малозначительных фраз, вопросов, клише и утверждений. Это дает собеседникам время оценить друг друга, понять, сможет ли установиться связь между ними.

Обычно разговор начинается с приветствия типа "Как дела?", за которым следует клише "Нормально", на что инициатор разговора с полным правом может заключить: "Это хорошо". Наиболее удобным для прощания является клише "Увидимся". Когда собеседник сообщает нам: "Было приятно повидаться", означает, что он не собирается поддерживать отношения в будущем

Речевые техники. В этой группе главное место занимают трюизмы. Трюизм — это самое очевидное утверждение, общеизвестная, избитая, банальная истина. Если вы в процессе переговоров говорите оппоненту: «Иногда люди принимают решения под влиянием чувств», «люди часто чувствуют облегчение, после того как заключают договор...» и т.д., то вы маскируете определенные инструкции под рассуждения. И это работает!

Попробуйте ради спортивного интереса создать подходящие для вашего бизнеса трюизмы и используйте их в переговорах. Трюизмы применяются для того, чтобы вызвать желательную для вас поведенческую реакцию. Приведем несколько примеров. Трюизм на наведение транса — «Каждый погружается в транс по-своему»; трюизм на создание установки на обучение — «Опыт — великий учитель»; трюизм на забывание — «Люди умеют забывать то, что они знают».

Допущения. Делается допущение возникновения определенной поведенческой реакции. Для этого предложения конструируются с помощью оборотов речи, указывающих на время или последовательность действий. Типичные обороты речи, используемые в этой технике: "до того как...", "после того как...", "в течение...", "по мере того как...", "прежде чем...", "когда...", "в то время как.." Например: «Прежде чем

сообщить мне, над какой проблемой вы хотите работать, сделайте глубокий вдох»; «Прежде чем вы согласитесь с моим предложением, взгляните на эти схемы».

Придумайте несколько фраз, построенных по этому принципу, и используйте их в своем бизнесе.

Противопоставления. Здесь рассматриваются две поведенческие реакции, которые можно противопоставить. Используя противопоставления, полезно опираться на кинестетику, чтобы создать у человека убеждение в наличии противоположностей. Например: «Чем сильнее вы стараетесь оказать сопротивление, тем скорее вы поймете, что оно напрасно»; «Чем тяжелее кажется проблема, тем легче оказывается подходящее решение»; «Чем тяжелее дается вам изучение этого курса, тем легче будет его практическое применение».

Придумайте несколько фраз, которые можно использовать в вашем бизнесе.

Выбор без выбора. Вот несколько фраз, которые можно использовать в этой технике. «Ты хочешь пойти спать прямо сейчас или после того, как уберешь игрушки?»; «Вы хотели бы войти в транс с открытыми глазами или с закрытыми?»; «Вы сможете применять полученные знания сразу или после небольшой тренировки?». Этот прием активно применяют хорошие продавцы и торговые агенты. «Вы хотите заплатить наличными или чеком?» — спрашивают они, как будто вопрос о покупке уже решен.

Используя технику «выбора без выбора», вы предоставляете человеку на выбор несколько возможностей, каждая из которых вас вполне устраивает.

Право выбора. При применении этого типа внушений, привлекая своей интонацией внимание человека к той реакции, которую хотите у него вызвать, вы предлагаете ему полную свободу выбора. Таким образом вы оказываетесь в беспроигрышной ситуации, поскольку каждая реакция есть ваш успех. Человек же чувствует облегчение, так как начинает понимать, что не должен реагировать каким-либо определенным образом. Одна тонкость: слегка измените голос, когда будете произносить фразу, которая должна вызывать у собеседника нужную вам реакцию. «Вы можете сделать заказ по телефону, или прямо сейчас, или не делать вовсе». Отличие от предыдущего приема в том, что вы говорите и ту реакцию, которая вас не устраивает, но говорите ее пренебрежительным тоном.

Коммуникативная атака

Важная часть коммуникативно-исполнительского мастерства - организация непосредственного общения в начальный его период. Условно это можно назвать "коммуникативной атакой", когда завоевывается инициатива в общении. Сегодня можно говорить о таких способах завоевания инициативы в общении, как

- оперативность в организации изначального контакта,
- оперативный переход от организационных процедур к деловому и личностному общению,
- отсутствие промежуточных зон между организационными и содержательными аспектами начала взаимодействия,
- оперативное достижение социально-психологического единства с аудиторией, формирование чувства "мы",
- придание взаимодействию личностного характера,
- организация целостного контакта,
- постановка вопросов, которые способны мобилизовать внимание партнера и т.

II.5. Искусство задавать вопросы

Одним из условий овладения профессиональным слушанием является освоение умения задавать вопросы. Вопрос – это логическая форма, включающая исходную информацию с одновременным указанием на ее недостаточность с целью получения новой информации в виде ответа.

Вопросы можно классифицировать по разным основаниям. Вот наиболее распространенные виды вопросов.

Критерий	Виды вопросов
Степень выраженности	Явные: выражаются полностью вместе с требованиями установить неизвестное
	Неявные (скрытый): необходимо осмысление, так как в нем отсутствует указание на требования установить неизвестное
Структура	Простые (одно суждение)

	Сложные (использование логических союзов: и, или, если и др.)
Способ запроса неизвестного:	Уточняющие (ли: верно ли, надо ли и др.)
	Восполняющие (получение новой информации)
Количество возможных ответов	Открытые (существует множество неопределенных ответов: «Что вы думаете об этом?»)
	Закрытые (ограничено кол-во ответов: «Устроит ли вас, если...»)
Отношение к познаваемой цели:	Узловые. Ответ на данный вопрос служит непосредственно достижению цели.
	Наводящие. Ответ на данный вопрос подготавливает человека к пониманию узлового вопроса.
Правильность постановки	Корректный (истинные и непротиворечивые предпосылки)
	Некорректный (бессмысленный или содержит ложное утверждение)

При постановке вопросов следует соблюдать ряд формально-логических правил:

- вопрос должен быть конкретным, кратким, понятным, простым по конструкции;
- вопрос должен указывать время, место и контекст, который необходимо учитывать при ответе;
- в вопросе не следует употреблять слова с двойным значением;
- вопрос должен указывать на различные альтернативы ответов («да» или «нет»);
- формулировка вопроса и его смысл должны учитывать личный опыт опрашиваемых в той области, на которую направлен вопрос.

С помощью вопросов можно умело управлять разговором, выявляя интересы собеседника и обращая его внимание на важные детали разговора, узнавать возражения партнера и сообщать свою мысль. Для этих целей в деловом общении широко используются такие вопросы как возвратные, изолирующие, внушающие, контрольно-подтверждающие и другие.

Возвратные вопросы:

Проблема меня очень интересует. Могли бы вы еще раз подробно остановиться на этом? Вы не будете против, если мы вернемся к этому вопросу?

Изолирующие вопросы:

Если мы рассмотрим это предложение, вы согласитесь с тем, что ...?

Если предположить, что этот пункт мы выяснили

Вопросы-внушения:

Ваш опыт руководителя не доказывает ли, что...?

Вы также не придерживаетесь мнения, что...?

Вопросы-сомнения:

Могли бы вы себе представить, что ...?

Что бы вы сказали, если...?

Контрольно-подтверждающие вопросы:

Могу ли я считать, что это развеяло ваше сомнение в том, что...?

Вам ведь понятны мои главные цели?

Лекция. Личностная компетентность

Личностная компетентность или компетентность человека в сфере собственной личности.

1. Источники понимания и реализации личностной компетентности

Личностная компетентность – способность быть человеком, способность реализовывать себя в своей истинно человеческой сущности. Эта та сердцевина, вокруг которой наращиваются все остальные компетенции человека: и профессиональные, и межличностные.

Вопрос – что есть сущность человека и как ее достичь, занимает специалистов разных областей и сфер знаний.

Во-1, это область философских изысканий смысла бытия и человеческой сущности. На первый взгляд, кажется, что поиск смысла, занятие бессмысленное и мало продуктивное: и так все ясно. Действительно, пока смысла не потеряли – все просто, или пока не произошло нечто, что вынуждает нас пересмотреть наши жизненные ориентиры, наши ценности. Многие люди даже не подозревают о том, что у них есть некие абстрактные ценности, за которые они, в определенных ситуациях готовы будут умереть. В нашем курсе, ориентированном на формирование навыков менеджера, отклонение в сторону философскую обсуждения сущности бытия, вряд ли оправдано. Но следует помнить, что это основа всего того, что собственно и создает личность.

Во-2, это область социальных требований, определяющих набор личностных черт, востребованных в конкретной социальной среде. В каждом обществе, в каждой социальной среде существует свое понимание личности и свой список приемлемых личностных черт. Существует такой набор и для менеджеров, работающих в конкурирующей, нестабильной среде.

В-3, это область конкретных реализаций, т.е. поиска и описание людей, реализовавших себя как личность, вошедших в историю: компании, страны или человечества в целом. Это люди успеха, благодаря которым человечество продолжает стремительно развиваться. За последнее столетие американцы истратили

миллионы долларов на изучение успешных людей, в попытке найти тот универсальный фактор, который способствует успеху. Исследования эти проводились исключительно с прагматической целью, предполагалось, что эти знания позволят сэкономить на средствах обучения молодых специалистов и должным образом подобранных кадров. Сегодня на подготовку специалиста уходят четверть века или того более. А результат не гарантирован.

Ключевым моментом личностной компетентности является успешность, успех. Для руководителя – быть успешным – это его прямая профессиональная обязанность.

2. Успех и успешность

Составляющие успеха

Брайан Трейси утверждает, что состояния успеха и счастья проявляются одинаково и состоят из одних слагаемых.

Какие из перечисленных элементов успеха сейчас для вас являются самыми ценными. Почему? Как бы вы оценили, используя 10-балльную шкалу, степень представленности в вашем сознании каждого из элементов.

Черты успешной личности

1) перспективное видение. Умственный план действия. Полководец.

2) реальное видение – понимают, что есть некоторые вещи, которые им не по плечу.

Хотите иметь хороших подчиненных – станьте хорошим руководителем, дети - родители

Индивидуальный личностный потенциал

ВЫПИШИТЕ ТРИ ОБЛАСТИ СВОЕЙ ЖИЗНИ (РАБОТА, СЕМЬЯ, ДОСУГ, СПОРТ, ДРУЗЬЯ ...) И СООТВЕТСТВЕННО ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ, КОТОРЫЕ СПОСОБСТВУЮТ УСПЕХУ В ЭТОЙ СФЕРЕ ЖИЗНИ, ПРЕПЯТСТВУЮТ.

ОБРАЗ Я

ЦЕНТРАЛЬНЫМ ЗВЕНОМ, В КОТОРОМ АККУМУЛИРУЮТСЯ ЗНАНИЯ ЧЕЛОВЕКА О САМОМ СЕБЕ, ЯВЛЯЕТСЯ **ОБРАЗ «Я»**: Я – ФИЗИЧЕСКОЕ, Я – ПСИХИЧЕСКОЕ, Я – СОЦИАЛЬНОЕ. ОБРАЗ «Я» КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН ИМЕЕТ **СТРУКТУРУ** (КАРКАС), В КОТОРОЙ КАЖДЫЙ ЭЛЕМЕНТ ЗАНИМАЕТ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ ЕМУ МЕСТО. ЭТО:

I – ОПИСАНИЕ УСТОЙЧИВЫХ КАЧЕСТВ И МЕНЯЮЩИХСЯ ПРИЗНАКОВ, ОТНОСЯЩИХСЯ К ТРЕМ ВЗАИМОСВЯЗАННЫМ СФЕРАМ:

- Познавательной (например, умен, внимателен);

- Эмоционально-волевой (например, уравновешенный, ответственный);

- Поведенческой (например, решительный, общительный);

II – САМООЦЕНКА: ОЦЕНКА ОТДЕЛЬНЫХ КАЧЕСТВ ЧЕЛОВЕКА И ЛИЧНОСТИ В ЦЕЛОМ;

III – САМООПРЕДЕЛЕНИЕ: ВЗГЛЯД ЧЕЛОВЕКА НА СВОИ ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ;

IV – РЕАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ПРАКТИЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К СЕБЕ И ДРУГИМ.

Сложить о самом себе единое непротиворечивое представление сложно. Человек получает информацию о себе из разных источников: мнения других людей, которые, конечно же, пристрастны, свое собственное представление как результат опыта, успешного или неудачного, сравнение с другими людьми или некими эталонами. Следует иметь в виду два основных источника расхождения представлений о себе:

1. Человек существует в нескольких группах, имеет различные роли, по-разному себя проявляет. Чем больше социальных ролей у человека, чем больше групп, к которым он принадлежит, и чем сильнее они отличаются друг от друга, тем больше расхождение во мнениях о данном человеке.

2. Человек использует различные основания при описании своих и чужих качеств: свои – ориентация на ситуацию («А что я мог сделать в этой ситуации?!»), других – на характеристику всей личности («В этой ситуации он проявил свое истинное лицо!»).

САМООЦЕНКА

УСТОЙЧИВЫМ СТРУКТУРНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ ЛИЧНОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ САМООЦЕНКА – ЦЕННОСТЬ, ЗНАЧИМОСТЬ, КОТОРОЙ ЧЕЛОВЕК НАДЕЛЯЕТ

СЕБЯ, ОЦЕНИВАЯ СВОИ КАЧЕСТВА И МЕСТО СРЕДИ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ. ОТ САМООЦЕНКИ ЗАВИСЯТ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА С ДРУГИМИ ЛЮДЬМИ, ЕГО КРИТИЧНОСТЬ, ТРЕБОВАТЕЛЬНОСТЬ К СЕБЕ, ОТНОШЕНИЕ К УСПЕХАМ И НЕУДАЧАМ.

Уровень притязаний – это стремление человека к достижению целей той степени сложности, на которую он считает себя способным. В основе уровня притязаний лежит самооценка, сохранение которой становится для человека потребностью, удовлетворение которой возможно только через постановку и достижение все новых и новых целей. Уровень притязаний может быть частным – различным для разных сфер деятельности, и общим – характерным для личности в целом. Психологические особенности, которые проявляются у человека в поведении и общении, имеют сложное, многоуровневое происхождение.

2. Жизненные установки

Ценностные ориентиры

Перспективные мечты основываются на ценностях. Успешные лидеры знают, во что надлежит верить.

Терминальные ценности М. Рокич определил как убеждения человека в том, что какая-то конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться. К терминальным относят ценности: установочные (добро – зло), экономические (полезно – вредно), эстетические (гармония – хаос), социальные (любовь – ненависть к людям), политические, религиозные.

Эти ценности могут быть как общечеловеческие – *вечные*, так и конкретно-исторические. Это могут быть абстрактно выраженные концепции, некоторое идеальное состояния бытия: например «свобода», «смысл жизни», «независимость» и т.п.

ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ (М. РОКИЧА) – ЭТО УБЕЖДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА В ТОМ, ЧТО КАКОЙ-ТО ОБРАЗ ДЕЙСТВИЯ ПРЕДПОЧТИТЕЛЕН В ЛЮБЫХ СИТУАЦИЯХ. К ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫМ ЦЕННОСТЯМ ОТНОСЯТ ТО, ЧТО МОЖНО ОПИСАТЬ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ, ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ЧЕРТЫ ХАРАКТЕРА И ДОПУСТИМОЕ ПОВЕДЕНИЕ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ. НАПРИМЕР, ЧЕСТНОСТЬ, РАЦИОНАЛИЗМ. В ИХ ЧИСЛО ВХОДЯТ МОРАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ (ОТВЕТСТВЕННЫЙ), ЦЕННОСТИ КОМПЕТЕНТНОСТИ (УМНЫЙ). ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ МОЖНО РАССМАТРИВАТЬ И КАК ЖЕЛАТЕЛЬНЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ.
Структура личностных ценностей

Ценности объединяются в систему, представляя собой иерархическую структуру, достаточно устойчивую во времени. В основу ценностей положен принцип «хорошо – плохо», диктующий, какое поведение или результат является желательным. Деление на «черное» и «белое» по отношению к ценностям гарантирует как стабильность системы, так и стабильность нашего поведения. Ценности меняются с возрастом, обстоятельствами жизни. В ситуациях глобальных социальных изменений, ценности способны измениться за небольшой промежуток времени даже в зрелом возрасте.

Исследования показали, что ценностей, которые активно воздействуют на наше поведение, насчитывается не более 12, и они, эти ценности не равны по своему воздействию. Структуру ценностей можно разделить на категории: главные или ведущие (первые три места), значимые (места от 4 до 7), предпочтительные (по 12 место включительно) и игнорируемые. Границы между ранжированными местами можно считать достаточно условно.

Проанализируйте полученные результаты с позиций: адекватность средств, провозглашенным терминальным ценностям (активная жизненная позиция и стремление к саморазвитию) и психологический портрет, существенных черт и приемлемых способов поведения

Ценности как инструментальные, так и терминальные, можно сгруппировать в отдельные содержательные блоки. Например, ценности этические и интеллектуальные, индивидуалистические и конформистские, самоутверждения и альтруистические, ценности межличностного общения и принятия других и т.д.

В ИЗУЧЕНИИ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ ОСОБОЕ ЗНАЧЕНИЕ ИМЕЮТ ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ТО ЕСТЬ СРЕДСТВА, КОТОРЫЕ ЧЕЛОВЕК ИСПОЛЬЗУЕТ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ ИМ ЦЕЛЕЙ. В

ПСИХОЛОГИИ, ДА И ПРОСТО В ОБЫДЕННОЙ ЖИЗНИ, ИЗВЕСТНО, ЧТО ЧЕЛОВЕК ДОСТИГАЕТ НЕ ТОЙ ЦЕЛИ, КОТОРУЮ ДЕКЛАМИРУЕТ, А ТУ, ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ КОТОРОЙ У НЕГО ЕСТЬ СРЕДСТВА. НАПРИМЕР, ЧЕЛОВЕК НА ПЕРВЫЕ МЕСТА ПОСТАВИЛ ЛЮБОВЬ, СЧАСТЛИВУЮ СЕМЕЙНУЮ ЖИЗНЬ, НАЛИЧИЕ ХОРОШИХ И ВЕРНЫХ ДРУЗЕЙ. НО ВРЯД ЛИ МОЖНО РАССЧИТЫВАТЬ НА ДОСТИЖЕНИЕ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ, ЕСЛИ СРЕДИ ЦЕННОСТЕЙ СРЕДСТВ, ЗНАЧИМЫХ ДЛЯ СЕБЯ, ЧЕЛОВЕК ВЫБИРАЕТ НЕПРИМИРИМОСТЬ, ТВЕРДУЮ ВОЛЮ, РАЦИОНАЛИЗМ И ВЫСОКИЕ ЗАПРОСЫ.

Помимо личностных ценностей, существуют ценности профессиональные, корпоративные. Особое значение для человека имеет профессиональное сообщество и организация, в которой он работает. Не следует забывать, что большую часть нашей жизни человек посвящает работе, в которой формируется его личность, реализуются его способности. Человеку важно, чтобы работа приносила удовлетворение, и не вынуждала поступиться собственной системой ценностей. С другой стороны и профессиональному сообществу, организации, имеющих собственные ценности, правила и нормы, не менее важно их принятие ее членами.

Жизнь человека, которому приходится согласовывать свою систему ценностей с идущими в разрез системами общества в целом или профессионального сообщества, или отдельной организации, можно назвать драматичной. Обнаружив отклонения, люди пытаются снять рассогласование, поскольку жить в таком состоянии человек не может: разрушается его самоуважение, теряются жизненные ориентиры, да и сообщество рано или поздно отторгнет любого, кто не разделяет общих взглядов. Поэтому человек ищет, порой неосознанно, «своих» людей, тех, кто разделяет его систему ценностей.

Для тех, кто принимает участие в организации сообщества, знание о том, как протекает процесс ценностных образований, позволяет построить основания для принятия целесообразных и своевременных управленческих решений. Знание системы ценностей сообщества для руководителя – источник повышения его компетентности, решительности и солидности в поступках.

Необходимы знания ценностных ориентиров и для самого человека, важна соотносимость и непротиворечивость собственной системы ценностей с миссией организации и ценностями, разделяемыми большинством сотрудников. Для начинающих ценности выступают как опора и ориентир, поддерживающие и не позволяющие потерять им смысловую (ценностную) направленность деятельности. Легализация системы ценностей имеет большое значение и для, ибо это знание создает ощущение безопасности, поскольку позволяет понять и предугадать поведение не только отдельного человека, но сообщества в целом.

Основные ценности менеджера

Проанализируйте список терминальных и инструментальных ценностей и соотнесите их со списком основных ценностей менеджера (М.Вудкок и Д.Френсис).

Власть, Возраст, Выигрыш / проигрыш, Добро, Жизнь \ работа, Законность, Истина, Отношение к риску, Помощь другим, Поощрение / наказание, Профессиональное положение, Равенство полов, Равенство рас, Результат работы, Открытость, Удовольствие, Участие в управлении.

3. Психология успешного целеполагания

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЦЕЛЕПОЛАГАНИЮ

ЦЕЛЬ ДОЛЖНА БЫТЬ ОТЦИФРОВАНА. «СОБАКА НЕ БЕЖИТ ЗА КОШКОЙ».

ЛОКУС КОНТРОЛЯ

СТРАТЕГИИ, КОТОРЫЕ ВЫБИРАЕТ ЧЕЛОВЕК ДЛЯ СВОЕГО ПОВЕДЕНИЯ, МОГУТ БЫТЬ РАЗНЫМИ. ПРИНИМАЯ РЕШЕНИЕ "ДЕЙСТВОВАТЬ ИЛИ БЕЗДЕЙСТВОВАТЬ", "МОЛЧАТЬ ИЛИ ГОВОРИТЬ", "БОРОТЬСЯ ИЛИ СМИРИТЬСЯ", «УЧИТЬСЯ ИЛИ МУЧИТЬСЯ», ЧЕЛОВЕК ХАРАКТЕРИЗУЕТ СОБЫТИЯ И СИТУАЦИИ ПО ИХ ДОСТУПНОСТИ СВОЕМУ ВЛИЯНИЮ. СУЩЕСТВУЕТ ОГРОМНАЯ ЗОНА СОБЫТИЙ, НА НАСТУПЛЕНИЕ КОТОРЫХ НЕЛЬЗЯ ПОВЛИЯТЬ, СКОЛЬКО БЫ СИЛ К ЭТОМУ НИ ПРИКЛАДЫВАТЬ; НАПРИМЕР, НЕЛЬЗЯ

ПРЕДОТВРАТИТЬ СМЕРТЬ ЧЕЛОВЕКА ИЛИ СДЕЛАТЬ ВСЕХ ЛЮДЕЙ СЧАСТЛИВЫМИ, НЕЛЬЗЯ ПОЛНОСТЬЮ КОНТРОЛИРОВАТЬ ЖИЗНЬ СВОИХ ДЕТЕЙ ПОСЛЕ ТОГО, КАК ОНИ ВЫРОСЛИ. НО У КАЖДОГО ЧЕЛОВЕКА ЕСТЬ И ТАКОЙ КРУГ СОБЫТИЙ, РАЗВИТИЕ КОТОРЫХ ЗАВИСИТ ОТ ЕГО УСИЛИЙ, ОТ ЗАТРАТ ФИЗИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ И ИНТЕЛЛЕКТА.

ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ВЫЯВИТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА О ТОМ, ОТ КОГО ЗАВИСЯТ ЗНАЧИМЫЕ ДЛЯ НЕГО СОБЫТИЯ, БЫЛИ РАЗРАБОТАНЫ СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТЕСТ-ОПРОСНИКИ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ *ЛОКУСА КОНТРОЛЯ*. ЭТОТ ПАРАМЕТР РАССМАТРИВАЕТСЯ КАК ОСОБЫЙ, ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ ТИП ОБОБЩЕННЫХ ОЖИДАНИЙ, КАК «СТЕПЕНЬ ПОНИМАНИЯ ЧЕЛОВЕКОМ ПРИЧИННЫХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ МЕЖДУ СОБСТВЕННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ И ДОСТИЖЕНИЕМ ЖЕЛАЕМОГО». ЛИЧНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, ОПИСЫВАЮЩАЯ ТО, В КАКОЙ СТЕПЕНИ ЧЕЛОВЕК ОЩУЩАЕТ СЕБЯ АКТИВНЫМ СУБЪЕКТОМ СОБСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАЗЫВАЕТСЯ *ИНТЕРНАЛЬНОСТЬЮ* ("ЗАВИСИТ ОТ МЕНЯ"), А В КАКОЙ – ПАССИВНЫМ ОБЪЕКТОМ ДЕЙСТВИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ И ВНЕШНИХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ - *ЭКСТЕРНАЛЬНОСТЬЮ* ("ЗАВИСИТ ОТ ВНЕШНИХ СИЛ").

1 – 3 стены. Соответствуют низкому уровню субъективного контроля. Экстерналы не видят связи между своими действиями и значимыми для них событиями их жизни, не считают себя способными контролировать их развитие и полагают, что большинство их является результатом случая или действия других людей.

8 – 10 стены. Соответствуют высокому уровню субъективного контроля над любыми значимыми ситуациями. Интерналы считают, что большинство важных событий в их жизни было результатом их собственных действий, их компетентности, целеустремленности и способностей, что они могут ими управлять, и, следовательно, чувствуют собственную ответственность за эти события и за то, как складывается их жизнь в целом.

От беззаботности к ответственности

Задание – составьте список, за кого вы несете ответственность.

Ответственность формируется в детстве, но после 18 уже неважно как родители справились с этой задачей. Контроль можно передать другим, ответственность – никогда. «Жаловаться – дело дураков». Никогда не оправдывайте. Не довольны ситуацией – измените ее. Ответственность одновременно порождает опасения и надежду, вселяет уверенность. Возбуждающее чувство.

Чувство ответственности превращает незрелость в зрелость. Брать ответственность на себя – долгий процесс: чашка сама разбилась, голова болела...).

18 лет – перепрыгнуть «долину оправданий» Большинство либо мечутся туда-сюда, либо решают преодолеть поэтапно, а посему приземляются как раз посередине, на самое дно. Так и торчат, придумывая все новые и новые оправдания. В поиске безопасности люди ищут кого-то. Только вы

Ресурсное состояние эмоциональное, физическое, личностные характеристики

Эмоции являются неотъемлемой частью нашего существования. Наивно думать, что можно исключить из своей жизни тревогу, депрессию или враждебность. Однако, приняв на себя ответственность за свое эмоциональное состояние, человек может научиться их выражать адекватным способом, снижая, таким образом, негативное воздействие отрицательных эмоций на организм.

СУЩЕСТВУЮТ РАЗЛИЧНЫЕ ПРИЧИНЫ, ПОРОЖДАЮЩИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИИ. ОНИ МОГУТ ОТРАЖАТЬ СОСТОЯНИЕ ЗДОРОВЬЯ, ЗАВИСЕТЬ ОТ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ И ОБМЕНА ВЕЩЕСТВ. ОДНА ИЗ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЭМОЦИЙ – ИХ СПОСОБНОСТЬ ПЕРЕДАВАТЬСЯ ОТ ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА К ДРУГОМУ: ЭМОЦИИ ЗАРАЗИТЕЛЬНЫ! ПОЭТОМУ ЛЮДИ НЕОСОЗНАННО ТЯНУТСЯ К ЛЮДЯМ С ХОРОШИМ НАСТРОЕНИЕМ И ИЗБЕГАЮТ ТЕХ, КТО ВСЕГДА «НЕ В ДУХЕ». ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ВПОЛНЕ МОЖНО ПОДНЯТЬ И САМОСТОЯТЕЛЬНО. ПОМНИТЕ, «НАСТРОЙКА ТЕЛА» ПОВЛЕЧЕТ ЗА СОБОЙ «НАСТРОЙКУ ДУХА». НАЧНИТЕ НУЖНОЕ ДЕЙСТВИЕ, А ВНУТРЕННИЕ ПЕРЕЖИВАНИЯ «ДОГОНЯТ» ЕГО. МОЗГ НАЧНЕТ ПОДЫГРЫВАТЬ ВАШИМ ДЕЙСТВИЯМ. ПРОВЕДИТЕ МЫСЛЕННЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ - СЯДЬТЕ ЗА СТОЛ, УРОНИТЕ ГОЛОВУ НА РУКИ, НЕСКОЛЬКО РАЗ ТЯЖЕЛО ВЗДОХНИТЕ - И ВЫ ПОЛУЧИТЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ОЩУЩЕНИЯ. А ТЕПЕРЬ

РАСПРЯМИТЕ ПЛЕЧИ, СДЕЛАЙТЕ НЕСКОЛЬКО ЭНЕРГИЧНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ДВИЖЕНИЙ, И ВАМ ПОКАЖЕТСЯ, ЧТО ЖИЗНЬ НЕ ТАК УЖ И ПЛОХА.

Особого рассмотрения заслуживают искажения, возникающие при интерпретациях, которые человек дает тому или иному факту. Поскольку эмоции не отражают мир напрямую, то в процессе эмоционального познания возможны различные нарушения. Как известно, наша голова не любит отдыхать, даже во время сна, в ней возникают образы прошлого и представления будущего: идет - непрерывный диалог, в результате которого формируется то или иное настроение

1. Из единичных фактов делается общий вывод: единственное отрицательное событие видится как черная полоса.
2. Максимализм: мир видится в черно-белых чертах.
3. Психологическая фильтрация событий: человек выдергивает из жизни негативные детали и живет в них. (Ложка дегтя в бочке меда.)
4. Дисквалификация положительного: человек отрицает положительные факты, считая их появление невозможными в принципе.
5. Скачущие умозаключения: негативная интерпретация реальности из-за незнания (решает что кто-то плохо к нему относится) или уверенности, что плохие предчувствия обязательно сбываются («как всегда»).
6. Преувеличение плохого и приуменьшение хорошего: эффект подзорной трубы.
7. Выводы, основанные на эмоциях: «Я чувствую, следовательно, это истинно».
8. Рассуждение в стиле «Можно было бы ...»: это порождает комплекс вины и является различного рода озлобления.
9. Ярлыки: вместо описания своих или чужих ошибок вешают ярлыки.
10. Принятие ответственности за независимые от тебя события: видеть в себе причину, несмотря на то, что фактически не было возможности повлиять на них.

Плохое настроение откладывает отпечаток на умственную деятельность, снижает продуктивность работы, лишает желания жить. Если плохое или вялое настроение держится длительное время, то это показатель того, что в жизни человека не все благополучно. Если вовремя не изменить ход мыслей, то есть вероятность попасть в так называемый «летаргический цикл»: негативные мысли вызывают отрицательные эмоции, которые в свою очередь, ведут к непродуктивному поведению, подавляя всякую активность, что неизбежно сказывается на всей жизнедеятельности человека.

Как выбраться из плохого настроения? Вот несколько простых правил:

1. Для начала освободите свою голову от негативных мыслей, записав их на листе бумаги.
2. Прочтите десять видов нарушений в процессе эмоционального познания, и выбери из них те, которые зафиксировались в вашей мысли.
3. Замените, написанные вами негативные мысли на более объективные.

Эмоциональная карта мозга 35% клеток рай близко к поверхности (как на коже: чесаться, гладить), 5% ад, остальные нейтральные. Насладиться едой или утолить голод.

Эмоциональные состояния положительные: радость, удивление, интерес-возбуждение (мотивация – воодушевление).

Отрицательных оттенков до 70. Источником является гнев.