

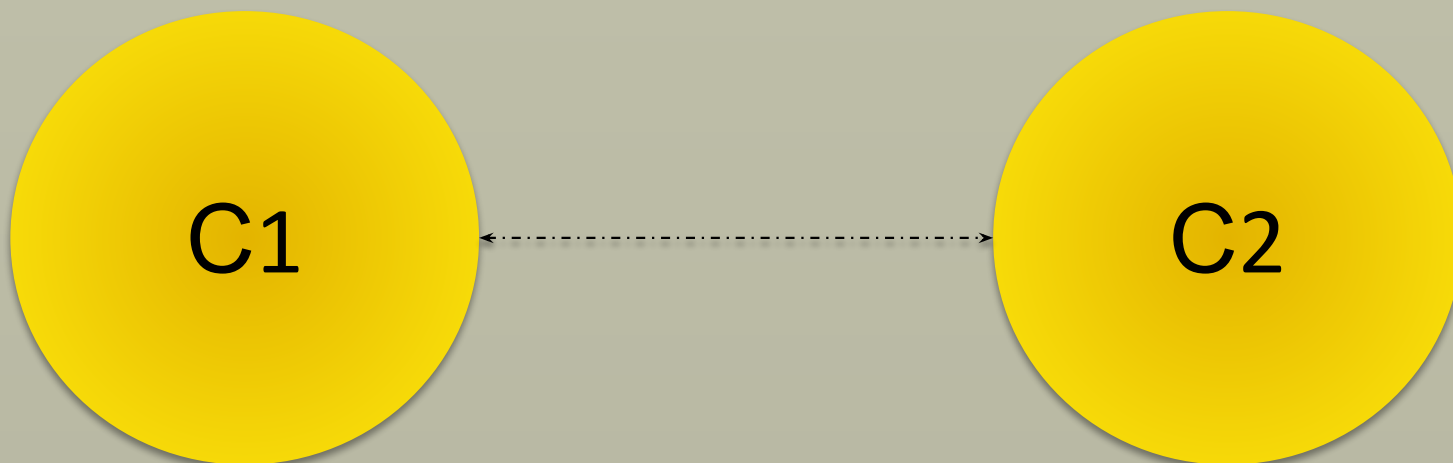


ЛЕКЦИЯ №2
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

ПЛАН:

- 1. Психологические основы делового общения.
 - 2. Восприятие в процессе делового общения
 - 3. Значение эффекта первого впечатления
 - 4. Ошибки восприятия
-

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ



Деловое общение, направленное на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата; когда учитывают особенности личности, характера, возраста, настроения собеседника, но интересы дела берут во внимание и возможные личностные различия.



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ



ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- - партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
 - - общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
 - - основная задача делового общения – продуктивное сотрудничество.
-

ФУНКЦИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- 1. *Аффективно-коммуникативная*
 - 2. *Информационно-коммуникативная*
 - 3. *Регуляционно-коммуникативная*
-

ЦЕЛЬ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ— ОРГАНИЗАЦИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ СОВМЕСТНОЙ ПРЕДМЕТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

- стремление к личной безопасности;
 - стремление к повышению своего жизненного уровня;
 - стремление к власти;
 - стремление повысить свой престиж.
-

ВОСПРИЯТИЕ В ПРОЦЕССЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Восприятие, или перцепция, представляет собой совокупность процессов, посредством которых формируется идеальная модель (субъективный образ) объективно существующей реальности действительности.



СОЦИАЛЬНАЯ ПЕРЦЕПЦИЯ



Дж. Брунер
(1915-2016)

1. Восприятие внешнего вида и поведения наблюдаемого (ОЦЕНКА)
2. Формирование представлений о психологических качествах и состоянии наблюдаемого (ОЦЕНКА)
3. Интерпретация и прогнозирование поступков наблюдаемого, причин и следствий его поведения (ОЦЕНКА)
4. Обдумывание стратегии собственного поведения.



- *Ориентация на контроль* - стремление контролировать, управлять ситуацией и поведением других
 - *Ориентация на понимание* - стремление понять ситуацию и поведение других.
-



НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ОБЩЕНИЯ

- жесты-символы
 - жесты-иллюстраторы
 - жесты-регуляторы
 - жесты-адапторы
-

ЖЕСТЫ-СИМВОЛЫ



ЖЕСТЫ-ИЛЛЮСТРАТОРЫ



ЖЕСТЫ-РЕГУЛЯТОРЫ



ЖЕСТЫ-АДАПТАРЫ



4 ЗОНЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ

- интимная зона — от 15 до 45 см;
- личная (персональная) зона — от 46 до 120 см;
- социальная зона — от 120 до 360 см;
- публичная (официальная) зона — более 360 см.





ЗНАЧЕНИЕ ЭФФЕКТА ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Эффект первого впечатления — влияние мнения о человеке, которое сформировалось у субъекта в первые минуты при первой встрече, на дальнейшую оценку деятельности и личности этого человека.



90%/90с

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Если вы хотите нравиться другим, надо говорить о том, что они любят и их трогает, избегать споров о вещах им безразличных, редко задавать вопросы и никогда не давать повода думать, что вы умнее.

Ф. Ларошфуко

СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ

- *Антропологические стереотипы*
 - *Социальные стереотипы*
 - *Эмоционально-эстетические стереотипы*
-

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

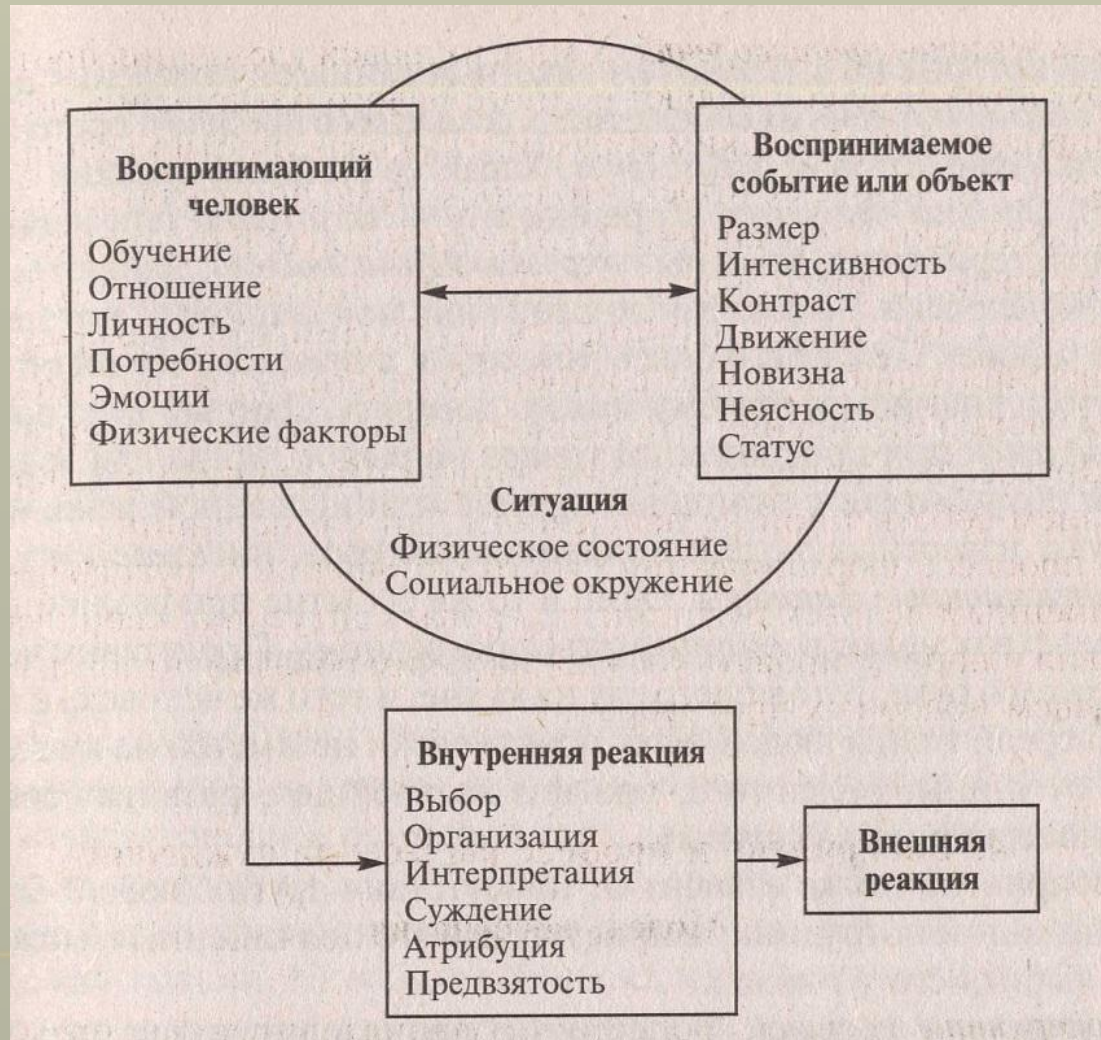
1. Физическая привлекательность
 2. Самопрезентация
 3. Стиль одежды
 4. Эмоциональное состояние
-

Профессия	Проявляют наибольшее внимание, %			
	К внешнему облику	К характеристикам физического облика	К внешности	К экспрессии
«человек – человек»	86,9	52,7	29,2	3,7
«человек – природа»	53,7	29,3	14,7	4,6
«человек – знаковые системы»	51,1	12,0	24,4	9,0
«человек – искусство»	37,9	6,0	20,1	8,4
«человек – техника»	32,0	8,1	11,6	5,6

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ- РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ПЕРВОГО ВПЕЧАТЛЕНИЯ

- *Формирование контакта с помощью взгляда, уместной улыбки и крепкого дружеского рукопожатия.*
- *Правильная интонация голоса*
- *Позаботьтесь о собственном имидже*
- *Устанавливайте связь с партнером с помощью взгляда*
- *Управляйте своей мимикой и пантомимикой*
- *Научитесь определять реакцию своего собеседника*

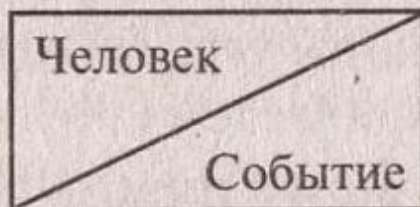
ЗАКОНЫ ВОСПРИЯТИЯ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИ ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ



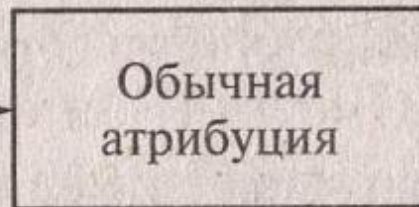
ОШИБКИ ВОСПРИЯТИЯ

- *1. Первое впечатление (галло-эффект)*
 - *2. Ореол или акцент на одну характеристику*
 - *3. Проекция*
 - *4. Собственная теория личности*
 - *5. Стереотипы*
 - *6. Атрибуция*
-

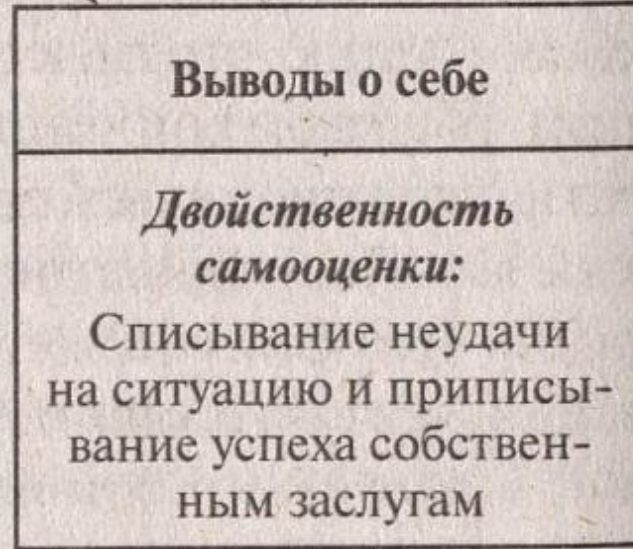
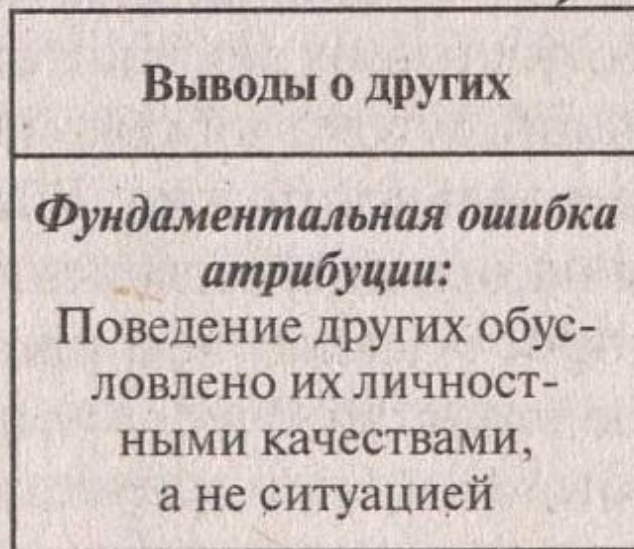
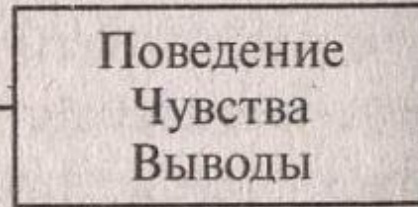
Восприятие



Суждение



Ответная реакция



ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ ПРИ ДЕЛОВОМ КОНТАКТЕ

Аксиомы общения:

- У Вас никогда не будет второго случая произвести первое впечатление.
 - Любые отношения нуждаются в усилиях по их формированию и сохранению.
 - Наше восприятие зависит от ожиданий и предпочтений и никогда не бывает абсолютно адекватным ситуации.
 - Чем более значим для нас человек, тем вероятнее наша ошибка в определении его характера или настроения .
-

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
