

ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Представить нашу жизнь без общения невозможно, поскольку без общения невозможно функционирование человеческого общества. Какой бы профессиональной деятельностью не занимался человек, без общения ее не осуществить. Естественным способом существования человека является его связь с другими людьми, которая ведет к установлению межличностных отношений. Человек становится человеком только в общении.

Способность к общению всегда относилась к числу важнейших человеческих качеств. Неслучайно народная мудрость гласит: «Потолкуешь с одним — возликуешь, потолкуешь с другим — затоскуешь». К людям, непринужденно вступающим в контакты и умеющим располагать к себе собеседника, мы относимся с симпатией, а с людьми закрытыми, необщительными — стараемся контактировать как можно реже. Поэтому одним из важнейших профессиональных качеств парикмахера и является легкость в общении.

В данной главе мы рассмотрим основы психологии общения, так как проблема общения все острее и острее осознается обществом и актуальным является вопрос о повышении качества общения. Но всегда надо помнить о том, что успешность общения достигается не только за счет знаний, приемов и техники. Искреннее, доброжелательное отношение к человеку, умение придерживаться правил делового этикета являются основой конструктивного общения.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕНИЯ

По статистическим данным, около 70% времени в жизни большинства людей занимают процессы общения. В жизни человека практически нет периода, когда он находился бы вне общения. В общении мы передаем друг другу разнообразную информацию; обмениваемся знаниями, мнениями, убеждениями; заявляем о своих целях и интересах; усваиваем практические навыки и умения; усваиваем нравственные принципы, правила этикета и традиции. Общение занимает центральное место в жизни людей, чья профес-

сиональная деятельность относится к типу «человек — человек» (в частности, парикмахер).

Общение не всегда протекает гладко и успешно. Ведь нередко люди сталкиваются с критическими ситуациями: взаимное непонимание, редкость и грубость в разговоре. Безусловно, каждый раз после недопонимания, разговора на повышенных тонах, очередного конфликта у собеседника портится настроение, часто собеседники не могут понять причины конфликта. Нет человека, который ни разу в жизни не испытывал трудностей в процессе общения. Но если в частной жизни мы вправе выбирать тех, с кем нам приятно общаться, тех, кто нам импонирует, то на службе мы обязаны общаться со всеми окружающими, в том числе с людьми, которые нам малосимпатичны.

Деятельность парикмахера связана с большим количеством самых разных людей: сослуживцы, сторонние организации и, конечно, клиенты салонов красоты. И в этой ситуации очень важно научиться общаться, так как от этого умения зависит успех профессиональной деятельности. Многочисленные исследования психологов доказали, что между качеством общения и эффективностью любой деятельности существует прямая и сильная связь, особенно данное утверждение характерно для людей, работающих в сфере профессий типа «человек — человек». Работать с людьми непросто. Ведь среди посетителей парикмахерских встречаются люди самых разных характеров: разговорчивые и молчаливые, придирчивые и неуверенные, подозрительные и доверчивые. И с каждым из них необходимо установить контакт, выработать приемлемую модель общения. Для успешной деятельности людям, занятым в сфере обслуживания населения, важно обладать такими личностными качествами, как: легкость в общении с людьми; устойчивое настроение; способность чувствовать настроение других людей, понимать их и осмысленно ставить себя на место другого человека; умение находить общий язык с разными людьми; умение быстро разбираться во взаимоотношениях людей, разрешать конфликтные ситуации, позитивность по отношению к другим.

Каждый из нас представляет, что такое общение. Из него строится наша жизнь, поэтому общение стало объектом социально-психологического анализа.

В литературе встречается немало различных определений общения. Мы будем использовать наиболее обобщенное понятие. Общение — сложный, многогранный процесс, который выступает как процесс взаимодействия двух и более людей, при котором происходят обмен информацией, взаимное влияние, сопереживание и взаимное понимание.

В процессе общения формируются, развиваются психологические и этические отношения, которые составляют культуру делового взаимодействия.

Процесс общения классифицируется по содержанию, целям, средствам, функциям, видам и формам.

Специалисты в сфере обслуживания населения в своей повседневной деятельности сталкиваются с проблемами *межличностного общения*, т. е. общения в группах или парах. Выделяют три основных *типа межличностного общения*: императивное, манипулятивное и диалогическое.

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

Манипулятивное общение сходно с императивным. Основная цель манипулятивного общения также оказать воздействие на партнера по общению. Манипуляцию и императив роднит то, что ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Отличие состоит в том, что при манипулятивном типе партнер по общению не информирует о своих истинных целях. Цели скрываются или подменяются другими.

При манипулятивном типе общения партнер не воспринимается как целостная уникальная личность. Он является носителем определенных, «нужных» манипулятору свойств и качеств. И совсем неважно, насколько добр человек, важно, что его доброту можно использовать в своих целях. Но нередко человек, выбравший в качестве основного именно этот тип отношений с другими, в конечном итоге сам становится жертвой собственных манипуляций. Самого себя он тоже воспринимает как фрагмент, руководствуется ложными целями, переходит на стереотипные формы поведения. Манипулятор никогда не бывает самим собой, он не может расслабиться, поскольку его игровая система требует соответствия надлежащей роли. Манипулятивное отношение к другому приводит к разрушению связей, построенных на дружбе, любви, взаимной привязанности, доверии.

Американский психолог Э. Шостром выделил следующие *типы манипуляторов*.

1. *Диктатор*. Это тиран, преувеличивающий свою силу. Доминирует, раздает указы и приказы. Он стремится управлять, помыкать окружающими при помощи грубой силы сурового и жестокого слова и, конечно, действия. Такие манипуляторы зачастую рвутся к власти, а получив ее, используют весь деспотизм.

2. *Калькулятор* (вычислитель). Преувеличивает контроль в общении с людьми. В контактах ищет выгоду, поскольку его намерения корыстны. Он постоянно что-то выгадывает, желает оставаться в выигрышном положении в каждой ситуации.

3. *Тряпка* (слабак). Инфантилен. Преувеличивает свою чувствительность, он «забывает» нежелательную для него информацию, не «слышит» окружающих. Хочет, чтобы его жалели, чтобы были рядом только с ним.

4. *Прилипала*. Преувеличивает свою зависимость и поэтому хочет быть ведомым, управляемым, руководимым. Позволяет другим делать за него работу.

5. *Судья*. Вечно всем недоволен, осуждает и порицает, всех обвиняет, видит в каждом врага, лжеца. Выражение лица — «обвиняющее».

6. *Защитник*. Готов выгородить, оправдать каждый поступок близкого человека. Он портит других, поскольку мешает им расти самостоятельно.

7. *Славный парень*. Сражает своей неискренней и навязчивой добротой. Такой человек, мило улыбаясь, способен совершить некорректный поступок.

8. *Хулиган*. Преувеличивает свою агрессивность и недоброжелательность. Привык «наводить порядок» в своем окружении при помощи агрессии и силы.

Если вы сталкиваетесь с манипулятором, используйте подход, соответствующий особенностям его поведения.

Например, при общении с агрессивным человеком (хулиган, диктатор) дайте ему возможность «выпустить пар». Выслушайте его и не ставьте под сомнение его точку зрения и правоту. Свою позицию высказывайте аргументированно, спокойно и уверенно.

По мнению Э. Шострома, для любого манипулятора характерны такие личностные качества, как ложь, фальшь, недоверие, отстраненность от людей.

Исходя из классификации типов манипуляторов, можно выделить четыре основные *манипулятивные системы*.

1. Манипуляторы активные (хулиган, диктатор). Пытаются управлять людьми с помощью активных методов. Избегают проявлять слабость в отношениях.

2. Пассивные манипуляторы (тряпка, прилипала). Прикидываются беспомощными и разыгрывают роль «попираемых».

3. Конкурирующие манипуляторы (калькулятор). Рассматривают жизнь как битву, где люди — реальные или потенциальные соперники. Находятся в состоянии постоянной бдительности.

4. Безразличные манипуляторы. Для них характерно состояние безразличия и отстраненности.

Специалисты рекомендуют некоторые правила защиты от манипуляторов:

1. Анализируйте свои чувства, потому что манипулятор их учитывает. Например, манипулятор преднамеренно раздражает вас, чтобы потом обидеться. В данном случае будьте внимательнее к себе. Не отвечайте агрессией. Больше доверяйте себе — это самая лучшая защита от любой манипуляции.

2. Не придавайте слишком большого значения формальному смыслу слов. На анализ и сопоставление («что же он все-таки имел в виду?») у вас уходит много сил и времени.

3. Заставьте себя быть немного проще. Проще не означает глупее. Американский психолог и психиатр Э. БERN говорил о том, что иногда полезно смотреть на мир «глазами марсианина»: «То "стекло", через которое каждый из нас смотрит на мир, у "марсианина" прозрачнее потому, что он провел в нашем мире меньше времени, чем мы»¹.

Императивную и манипулятивную форму межличностного общения характеризуют как *монологическое общение*. Человек, рассматривая другого как объект своего воздействия, по сути общается сам с собой, ставя свои задачи и цели. Он не видит истинного собеседника, игнорирует его. Как говорил по этому поводу советский физиолог А. А. Ухтомский, человек видит вокруг себя не людей, а своих «двойников».

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

Диалог возможен лишь в случае соблюдения ряда *правил взаимоотношений*:

- психологический настрой на эмоциональное состояние собеседника и собственное психологическое состояние (общение по принципу «здесь и сейчас» с учетом чувств, желаний, физиче-

¹ См. <http://www.psyworld.org.ru>

ского состояния, которые партнеры испытывают в данный конкретный момент);

- доверие к намерениям партнера без оценки его личности (принцип доверительности);
- восприятие партнера как равного, имеющего право на собственное мнение и собственное решение (принцип паритетности);
- общение должно быть направлено на общие проблемы и нерешенные вопросы (принцип проблематизации);
- разговор необходимо вести от своего имени, без ссылки на чужое мнение и авторитеты; выражать свои истинные чувства и желания (принцип персонифицирования общения).

Диалогическое общение предполагает внимательное отношение к собеседнику, к его вопросам, что является профессионально значимым для людей, работающих по профессиям типа «человек — человек», в частности для парикмахеров. Диалог как способ общения был введен древнегреческим философом Сократом и использовался в качестве метода получения и расширения знаний о мире, других людях и прежде всего о себе, поскольку процесс самопознания осуществляется на основе постоянного соотнесения себя с другими.

По своему назначению общение многофункционально. В психологии выделяют его пять *основных функций*:

1. *Прагматическая* функция общения реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности.

2. *Формирующая* функция проявляется в процессе развития человека и становления его как личности.

3. *Функция подтверждения* проявляется в том, что только в процессе общения с другими мы можем понять, познать и утвердить себя в собственных глазах. К знакам подтверждения можно отнести знакомства, приветствия, оказание знаков внимания.

4. *Функция организации и поддержания межличностных отношений*. В ходе общения мы оцениваем людей, устанавливаем эмоциональные отношения. Причем один и тот же человек в разных ситуациях может вызвать различное отношение. Эмоциональные межличностные отношения встречаются в деловом общении и накладывают на деловые отношения особый отпечаток.

5. *Внутриличностная* функция общения — это диалог с самим собой. Благодаря этой функции человек принимает решения, совершает значимые поступки.

Кроме того выделяют несколько *видов общения*. Рассмотрим некоторые из них.

«Контакт масок». В процессе общения нет стремления понять человека, не учитываются его индивидуальные особенности. Поэтому данный вид общения принято называть формальным. В ходе общения используется стандартный «набор масок», которые стали уже привычными: строгость, вежливость, безразличие и т. п.; набор выражений лица, жестов. Часто применяются в ходе беседы стереотипные фразы, позволяющие скрыть эмоции и отношение к собеседнику.

Примитивное общение. При данном виде общения человек оценивает другого как нужный или ненужный (мешающий) объект. Нужен — активно вступают в контакт; не нужен, мешает — оттолкнут резкими репликами. Если от партнера по общению получили желаемое, то теряют дальнейший интерес к нему, не скрывая этого.

Формально-ролевое общение. Общение, при котором вместо знания о личности собеседника обходятся знанием его социальной роли. В жизни каждый из нас выполняет множество ролей. Роль — это способ поведения, который задается обществом. Исполнение социальной роли должно соответствовать принятым социальным нормам и ожиданиям окружающих независимо от индивидуальных особенностей личности. Поэтому парикмахеру несвойственно, к примеру, вести себя как военачальнику. Бывает, что в течение одного дня человеку приходится «играть» несколько ролей: компетентный специалист, коллега, руководитель, подчиненный, пассажир, любящая дочь, внучка, мать, жена и т. д. Таким образом, роли служат для усиления способности предвидеть возможные поступки окружающих людей и выбирать ответную форму собственного поведения.

Деловое общение. Общение, обеспечивающее успех какого-либо дела и создающее условия для сотрудничества людей. Основной задачей делового общения является продуктивное сотрудничество, в котором партнер всегда выступает как значимая личность и собеседников отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела. Например, парикмахер хорошо понимает пожелание клиента по поводу стрижки и т. п.

Неоднократно подчеркивалось, что каждый человек уникален, обладает своеобразной, неповторимой манерой общения, однако собеседников все же можно условно объединить в определенные группы. В учебном пособии «Психология управления» в качестве примера рассматривается девять «абстрактных типов» собеседников¹:

¹ См.: Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Психология управления. — Ростов н/Д, 1997. — С. 363 — 367.

1. *Вздорный человек, «нигилист».* Он не придерживается темы беседы, нетерпелив, несдержан. Своей позицией смущает собеседников и провоцирует на то, чтобы они не соглашались с его аргументами.

2. *Позитивный человек.* Самый приятный собеседник. Доброжелательный, трудолюбивый, всегда стремится к сотрудничеству.

3. *Всезнайка.* Всегда уверен в том, что все знает лучше всех. Постоянно включается в разговор.

4. *Болтун.* Любит высказываться пространно. Бестактно прерывает беседу.

5. *Трусишка.* Данный тип собеседника недостаточно уверен в себе. Он лучше промолчит, чем выскажет свое мнение из-за боязни показаться смешным или глупым.

6. *Хладнокровный, неприступный собеседник.* Замкнут, держится отчужденно, не включается в деловую беседу, так как это кажется ему недостойным его внимания и усилий.

7. *Незаинтересованный собеседник.* Деловой разговор, тема беседы его не интересуют.

8. *Важная птица.* Такой собеседник не выносит никакой критики, чувствует себя выше всех и ведет себя соответствующим образом.

9. *Почемучка.* Он постоянно задает вопросы независимо от того, имеют ли они реальный повод или надуманны. Он просто «сгорает» от желания спрашивать.

Например, если перед вами «Вздорный человек», то при общении с ним рекомендуется не терять уверенность в своей компетентности; надо постараться установить с ним контакт и сделать его своим союзником.

При разговоре с «Трусишкой» имеет смысл продемонстрировать доброжелательность, заинтересованность; без высокомерия подчеркнуть все позитивные моменты его высказывания.

Для «Почемучки» важно, чтобы на его вопросы информационного характера отвечали сразу; в случае если невозможно дать нужный ответ, целесообразно признать его правоту.

Общение осуществляется при помощи *вербальных* (словесных) и *невербальных* (неречевых) средств.

Изучение общения показало насколько это сложное, многообразное явление и позволило определить *структуру общения*, состоящую из трех взаимосвязанных сторон:

а) *коммуникативной*, которая проявляется во взаимном обмене информацией между партнерами по общению, передаче и приеме знаний, мнений, чувств;

9. В ресторане либо в столовой вам подали явно недоброкачественное блюдо. Промолчите ли вы, лишь рассерженно отодвинув тарелку?
10. Оказавшись один на один с незнакомым человеком, вы не вступите с ним в беседу и будете тяготиться, если первым заговорит он. Так ли это?
11. Вас приводит в ужас любая длинная очередь, где бы она ни была (в магазине, библиотеке, театральной кассе). Предпочтете ли вы отказаться от своего намерения, нежели встать в очередь и томиться в ожидании?
12. Бойтесь ли вы участвовать в какой-либо комиссии по рассмотрению конфликтных ситуаций?
13. У вас есть собственные сугубо индивидуальные критерии оценки произведений литературы, искусства, культуры, и никаких чужих мнений на этот счет вы не приемлете. Это так?
14. Услышав где-то в «кулуарах» высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному вам вопросу, предпочтете ли вы промолчать и не вступать в спор?
15. Вызывает ли у вас досаду чья-либо просьба помочь разобраться в том или ином служебном вопросе или учебной теме?
16. Охотнее ли вы излагаете свою точку зрения (мнение, оценку) в письменном виде, чем в устной форме?

Обработка результатов

Ответ «да» оценивается в 2 балла; «иногда» — в 1 балл; «нет» — в 0 баллов. Общее число баллов суммируется и по классификатору определяется, к какой категории людей вы относитесь.

От 30 до 32 баллов — вы явно не коммуникабельны. Близким людям с вами нелегко. На вас трудно положиться в деле, которое требует групповых усилий. Старайтесь стать общительнее, контактнее, контролируйте себя.

От 25 до 29 баллов — вы неразговорчивы, предпочитаете одиночество, и поэтому у вас, наверное, немного друзей. Новая работа и необходимость новых контактов если и не ввергают вас в панику, то надолго выводят из равновесия. Вы знаете эту особенность своего характера и бываете недовольны собой. Но не ограничивайтесь таким неудовольствием: в вашей власти преломить эти особенности характера.

От 19 до 24 баллов — вы в известной степени общительны; в незнакомой обстановке чувствуете себя вполне уверенно. Новые проблемы вас не пугают. И все же с новыми людьми вы сходитесь с оглядкой, в спорах и диспутах участвуете неохотно.

От 14 до 18 баллов — у вас нормальная коммуникабельность. Вы любознательны, охотно слушаете интересного собеседника, достаточно терпеливы в общении с другими, отстаиваете свою точку зрения без вспыльчивости. Без неприятных переживаний идете на встречу с новыми людьми. В то же время не любите шумных компаний. Экстравагантные выходки и многословие вызывают у вас раздражение.

От 9 до 13 баллов — вы общительны, любопытны, разговорчивы и любите высказываться по разным вопросам. Охотно знакомитесь с новыми людьми. Любите бывать в центре внимания, никому не отказываете в просьбах, хотя и не всегда можете их выполнить. Бывает, вспылите, но быстро отходите. Чего вам не хватает — так это усидчивости, терпения и отваги при столкновении с серьезными проблемами. При желании, однако, вы сможете себя заставить не отступать.

От 4 до 8 баллов — вы, должно быть, очень общительны, всегда в курсе всех дел. Любите принимать участие в дискуссиях, хотя серьезные темы могут вызвать у вас головную боль. Охотно высказываетесь по любому вопросу, даже если имеете о нем поверхностное представление. Всюду чувствуете себя в своей тарелке. Беретесь за любое дело, хотя далеко не всегда можете успешно довести его до конца.

3 балла и менее — ваша коммуникабельность чрезмерна. Вы говорливы, многословны, вмешиваетесь в дела, которые не имеют к вам никакого отношения. Беретесь судить о проблемах, в которых совершенно не компетентны. Вольно или невольно вы часто бываете причиной разного рода конфликтов в вашем окружении. Вспыльчивы, обидчивы, нередко бываете необъективны. Вам нужно поработать над собой и своим характером! Прежде всего, воспитайте в себе терпеливость и сдержанность, уважительнее относитесь к людям.



ВОСПРИЯТИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ

Общение начинается с первого взгляда, т. е. с наблюдения за собеседником, его внешностью, голосом и манерой поведения. Психологи по этому поводу говорят, что происходит восприятие одним человеком другого. Эффективное общение невозможно без правильного восприятия, оценки и взаимопонимания партнеров. Вот почему мы начинаем изучение с основной и важной стороны общения — *перцептивной*.

Перцепция, или восприятие, хорошо изучена в социальной психологии, а термин «социальная перцепция» (социальное восприятие) впервые был введен американским психологом Дж. Брунером в 1947 г. Он обратил внимание на то, что наряду с индивидуальными различиями существуют общие социально-психологические механизмы восприятия.

Например, при общении парикмахера с посетителями наблюдается взаимная «ориентировка», т. е. обе стороны как бы изучают друг друга, стремясь получить друг о друге необходимую информацию. Причем общающиеся стараются предстать в более выгодном для себя свете.

На восприятие и оценку людьми друг друга влияют различные факторы. Исследованиями подтверждено, что дети и взрослые отличаются по социальной перцепции. Дети в большей степени ориентированы на восприятие внешности (одежда, прическа и т. п.), они лучше распознают эмоциональное состояние человека по выражению лица, чем по жестам.

Кроме того, сильное влияние на процесс восприятия оказывает профессия наблюдателя. Так, один и тот же человек по-разному будет восприниматься представителями различных профессий. Например, парикмахер ориентируется на стрижку, прическу; визажист — на макияж; филолог — на особенности речи; медик — на физическое здоровье и т. п.

Однако следует заметить, что перед человеком никогда не стоит задача просто «воспринять» другого, он стремится скорее познать другого человека. В ходе познания осуществляется эмоциональная оценка человека и попытка понять логику его поступков и уже на этой основе строить свое собственное поведение.

Люди, вступающие в общение, не равны, они отличаются друг от друга по жизненному опыту, социальному статусу, интеллектуальному развитию и т. п. Какие же признаки позволяют нам судить, например, о превосходстве собеседника по социальному статусу? Исследования показали, что существенное значение имеет процесс формирования первого впечатления о человеке. Большое влияние на первое впечатление оказывают:

- 1) внешний вид человека (одежда, прическа, украшения, очки, знаки различия; в некоторых случаях оцениваются машина, оформление кабинета, канцелярские принадлежности и т. п.);
- 2) манера поведения человека (как стоит, ходит, сидит, разговаривает, куда устремлен взгляд и т. п.).

Внешний вид и манера поведения составляют факторы превосходства, так как в них всегда есть элементы, свидетельствующие о

принадлежности человека к определенной социальной группе или его ориентации на какую-то группу.

В прежние времена существовали определенные правила и нормы, предписывающие, что и кому можно или нельзя надевать. Существовали эпохи, когда предписания разрабатывались до мелочей и все они имели определенное значение.

В наше время, когда нет четких предписаний, роль одежды тем не менее остается значимой. Зная «секреты» одежды, можно создать определенный образ у партнера по общению, повысить (в случае необходимости — понизить) свою значимость и престиж. Правильно подобранная одежда поможет сформировать благоприятное впечатление, вызвать доверие со стороны партнера, создать образ честного, надежного собеседника.

О превосходстве в одежде свидетельствует, во-первых, цена. Цена одежды определяется по качеству, а также по частоте встречаемости данной модели и ее соответствию моде. Во-вторых — силуэт одежды. «Высокостатусным» — как для женщин, так и для мужчин — считается силуэт, напоминающий по форме вытянутый прямоугольник с подчеркнутыми углами, «низкостатусным» — силуэт, напоминающий по форме шар. Например, свитер, особенно объемный и пушистый, джинсы или мягкие брюки несовместимы с высоким статусом. Однако на дружеской вечеринке мягкий свитер (пуловер) воспринимается лучше, чем строгий костюм. В-третьих — цвет одежды. Необходимо учитывать, что в разных странах конкретные цвета могут иметь разное значение. В европейской одежде признаком высокого статуса (независимо от тенденции моды) считаются ахроматические цвета, т. е. черно-серо-белая гамма. Чем ярче и насыщеннее цвет, тем ниже предполагаемый статус человека. Заметим, что все эти признаки важны во взаимодействии, их не следует рассматривать в отдельности.

Кроме того, на первое впечатление влияют различные детали, например украшения. Массивные золотые перстни-«печатки» у мужчин, а также большие бриллиантовые кольца у женщин хотя и указывают на финансовые возможности, но иногда создают нежелательный эффект. «Носители» подобных украшений могут показаться партнеру по общению как хитрые, неискренние, склонные к доминированию люди, претендующие на повышенное внимание к своей особе.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе собеседника (походка, манера сидеть или стоять). Например, результаты экспериментов показали, что окружающим больше нравятся люди, сидящие на стуле свобод-

но, чуть наклонив корпус тела вперед. И наоборот, человек, сидящий на стуле ровно и слегка отклоняясь назад, вызывает негативное отношение. Например, клиент парикмахерской может почувствовать заботливое отношение к нему, если мастер разговаривает с ним, слегка наклонившись вперед.

В профессиональной деятельности парикмахера первое впечатление бывает ключевым. Интерьер салона, внешний вид и манера поведения администратора, соответствие имиджа мастера салона требованиям к внешнему виду (аккуратность, опрятность, чистоплотность) крайне важны.

При восприятии человека большое значение имеет *фактор привлекательности*. Сложность определения этого фактора вызвана тем, что мы привыкли считать привлекательность индивидуальным впечатлением. Всякая попытка обобщить признаки привлекательности наталкивается на внутреннее сопротивление. Разные народы и разные исторические периоды имели и имеют свои каноны красоты. Поэтому фактор привлекательности определяется не разрезом глаз и цветом волос, а социальным значением того или иного признака человека. Ведь существуют одобряемые и не одобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности. Значит, привлекательность — это приближение к типу внешности, максимально одобряемой той группой, к которой конкретный человек принадлежит. Причем мастер парикмахерского искусства — это человек, который делает наш образ привлекательным.

Еще одним фактором восприятия является *фактор личного отношения к человеку*. Он действует так: люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются гораздо выше тех, которые относятся к нам плохо. В эксперименте психологи, выявив мнения испытуемых по ряду вопросов, ознакомили их с мнениями по тем же вопросам, принадлежащим другим людям, и просили оценить этих людей. Оказалось, что чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка человека, высказавшего это мнение. В данном эксперименте согласие выяснялось с помощью прямых вопросов. Однако существует большое количество косвенных признаков согласия: кивки одобрения, улыбки и слова в нужных местах, манера держаться. В общении очень важно, чтобы согласие было ярко выражено. Если есть согласие, то включается восприятие по фактору положительного отношения к нам.

Например, при общении с клиентом вы разговаривали о современных тенденциях окрашивания волос. По данной проблеме вы высказались, что трехцветное окрашивание неприемлемо в повседневной жизни. Один ваш клиент придерживается такого же мнения,

другой — нет. Срабатывает фактор отношения к нам. Клиент, с которым у вас совпадают взгляды, воспринимается более позитивно, чем тот, с кем взгляды не совпали.

Знания факторов восприятия и осознание их влияния на эффективность общения с целью выстраивания конструктивных отношений с клиентами необходимы специалистам, занятым в профессиональной сфере «человек — человек».

Изучая процессы восприятия, психологи выявили *типичные искажения представлений о другом человеке*.

«*Эффект ореола*», означающий, что любая информация, получаемая о человеке, накладывается на заранее созданный образ. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль ореола, мешающего эффективному общению. Например, при общении с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру (рост, ум, материальное положение), этот человек оценивается более положительно, чем если бы он был нам равен. При этом человек оценивается выше не только по значимому для нас параметру, но и по остальным. В этом случае говорят, что происходит общая личностная переоценка. Поэтому если первое впечатление о собеседнике в целом благоприятно, то и в дальнейшем его поступки, поведение и черты переоцениваются. При этом замечаются и переоцениваются только положительные моменты, отрицательные — не замечаются или недооцениваются. И наоборот, если общее впечатление о человеке отрицательное, то даже благородные его поступки не замечаются или истолковываются как корысть.

«*Эффект ореола*» может принести пользу в том случае, если человек создает благоприятное впечатление у людей, которые тесно связаны между собой: однокурсников, коллег по работе, друзей. Очень скоро обнаружится, что такого человека окружают великолепные люди, доброжелательные, замечательно ладающие между собой.

«*Эффект проекции*» возникает тогда, когда мы приятному для нас человеку приписываем свои достоинства, а неприятному — свои недостатки. Кроме того, механизм проецирования заключается в том, что мы неосознанно наделяем другого человека собственными мотивами, приписываем ему переживания, эмоциональное состояние и качества, присущие нам самим. Причем тенденция приписывать собственные качества другим сильнее выражена у людей с невысоким уровнем самокритичности и самопознания, хотя известно, что уровень познания других во многом зависит от способности, желания и умения познать себя.

«*Эффект упреждения*», или «*эффект первичности и новизны*», возникает тогда, когда мы сталкиваемся с противоречивой инфор-

мащей о человеке. Если мы имеем дело с незнакомым человеком, то значение придается сведениям (информации), которые предъявляются вначале. При общении с хорошо знакомым человеком учитываются самые последние сведения о нем.

Стереотипизация, т. е. создание стереотипа. Стереотип — это устойчивый образ какого-либо явления или человека, складывающийся в условиях дефицита информации, иными словами, штамп, к которому мы обращаемся. Стереотипизация может складываться в результате обобщения личного опыта, к которому присоединяются сведения, полученные из книг, кинофильмов. Например, в кино, театре существует понятие «характерный герой» (герой-любовник, злодей и т. п.). Многие стереотипы передаются и развиваются в соответствии с образами, заложенными в наше сознание родителями. Популярны и устойчивы профессиональные стереотипы. Не работая в данных сферах, не задумываясь, говорят о точности математика, дисциплинированности военного, о том, что все чиновники — бюрократы. Таким образом, каждая профессия имеет свой штамп.

Если оценка личностных качеств человека зависит от его социального статуса, то в этом случае принято говорить о социально-статусном стереотипе. В психологии проводилось множество экспериментов, среди которых был такой: к студентам в аудиторию заходил преподаватель с незнакомым мужчиной и сообщал студентам, что проводится эксперимент по оценке глазомера. Была поставлена задача: на глаз определить параметры этого мужчины и записать их на листочке. Причем одной группе студентов мужчину представляли как студента Кембриджа; другой группе — как преподавателя Кембриджа; следующей группе мужчина был представлен как профессор Кембриджа. Результаты параметра роста оказались поразительными, поскольку составили разницу в 12 см. Причем чем выше был объявлен социальный статус, тем более высоким воспринимался человек.

В процессе восприятия большое внимание уделяется экспрессивно-эстетическим стереотипам, определяется зависимость оценки личности от внешней привлекательности человека, т. е. происходит проецирование внешних показателей на внутренние. Заметим, что под внешней привлекательностью понимаются физическая красота, привлекательность в одежде, макияж, прическа, проявление эмоций, красота движений и т. п. Исследования психологов показывают, что между оценкой внешности человека по шкале привлекательности и оценкой его психологических качеств наблюдается зависимость, хотя на самом деле она бывает не оправдана. В ходе одного эксперимента группе людей были предъявлены фотографии, на которых лица оценивались как красивые с точки зрения эстетического вос-

приятия, обыкновенные и некрасивые. Затем участников эксперимента попросили сказать, что они думают о внутреннем мире каждого из изображенных на фотографии людей. Эстетически привлекательные, красивые люди характеризовались как уверенные, счастливые, уравновешенные, энергичные и духовно богатые, в отличие от некрасивых.

Стереотипное восприятие усиливается за счет хорошего или плохого настроения, самочувствия. Так при плохом самочувствии люди и события воспринимаются в более негативном свете.

Заметим, что стереотипы значимы на первых порах общения, однако по мере взаимодействия и познания людьми друг друга межличностные оценки приобретают объективность и иные критерии восприятия.

Безусловно, полностью избежать ошибок не может никто. Но всем по силам разобраться в особенностях восприятия и научиться корректировать свои ошибки, особенно если ваша трудовая деятельность связана с обслуживанием людей.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие факторы влияют на восприятие? Охарактеризуйте их.
2. Приведите примеры типичных искажений в общении в вашей будущей профессиональной деятельности.

2.3.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ

В ходе общения человек стремится не просто воспринять собеседника, а познать его, понять логику его поступков и поведения. Познание и понимание людьми себя и других происходит в соответствии с *психологическими механизмами восприятия*. Рассмотрим эти механизмы.

Идентификация (от лат. *identificare* — отождествлять) — это уподобление себя другому. Чтобы понять партнера по общению, необходимо себя поставить на его место, поскольку без этого нельзя по-настоящему понять человека. В случае неправильного понимания нас окружающими, мы говорим: «Побывали бы вы на моем месте» — иными словами, предлагаем окружающим «включить» механизм идентификации. Данный механизм позволяет понять ценности, привычки, поведение и нормы другого человека.

Эмпатия (от греч. *empathia* — сопереживание) — это не рациональное осмысление проблем другого человека, а эмоциональный отклик, сопереживание. Эмпатия основана на умении правильно представлять, что происходит внутри человека, что он переживает, как оценивает события. Если клиент решил поделиться своими проблемами, следует отнестись к этому с пониманием. Установлено, что способность к проявлению эмпатии возрастает с приобретением жизненного опыта. Пожилые люди, многое повидавшие и испытавшие, лучше понимают человека, попавшего в те или иные жизненные обстоятельства, нежели молодые.

Высшая форма проявления эмпатии — действенная, характеризующая нравственную сущность человека. Например, можно сопереживать коллеге, что он плохо освоил технику выполнения новой стрижки, а можно практически помочь в ее освоении.

Аттракция (от лат. *attrahere* — привлекать, притягивать) представляет собой форму познания другого человека, основанную на возникновении к нему положительных чувств: от симпатии до любви. Причиной появления положительного эмоционального отношения партнеров по общению нередко бывает их внутреннее и внешнее сходство. Например, молодые люди (юноши, девушки) зачастую гораздо лучше понимают друг друга, чем взрослых, которые их окружают (родителей, преподавателей и т. п.).

Чтобы правильно понять партнера по общению, важно знать его отношение к нам, как он воспринимает и понимает нас. В этом случае работает механизм, который в психологии называют рефлексией. *Рефлексия* (от лат. *reflexio* — отражение) — это способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание другого, но и знание того, как другой понимает нас: наши умственные способности, индивидуально-личностные особенности и эмоциональные реакции. При этом наше внимание переносится с партнера по общению на нас самих и происходит как бы своеобразное удвоение зеркальных отражений друг друга. В результате, с учетом рефлексии и взаимного отображения партнеров, в общении участвуют уже не двое «Я» — а шесть: «Я», *каким я являюсь в действительности*; «Я», *каким я вижу самого себя*; «Я», *каким меня видит партнер по общению*; и эти же три позиции можно обнаружить у собеседника.

Понимание другого человека очень важно для успешного общения с ним. Нередко нас интересует, что заставляет собеседника действовать так, а не иначе, т. е. каковы причины его поступков. Ведь зная их, можно спрогнозировать дальнейшее поведение партнера по общению, что необходимо для конструктивного выстраивания

межличностных отношений, особенно для профессий типа «человек — человек». Если бы человек всегда располагал полной информацией об окружающих людях, с которыми он вступает в общение, то он мог бы безошибочно строить тактику взаимодействия с ними. Но в повседневной жизни мы, как правило, находимся в условиях дефицита информации, не зная истинных причин поведения другого человека. Это незнание вынуждает людей приписывать другим самые разнообразные причины их поведения и поступков. В основе такого обобщения лежит сходство поведения собеседника с каким-то известным образом или анализ наших собственных действий, которые обнаруживаются в аналогичной ситуации. Приписывание причин поведения другому человеку называется *каузальной атрибуцией* (от лат. *causalis* — причинный и *attributio* — приписывание). Исследования показывают, что у каждого человека есть привычные объяснения чужого поведения.

При изучении каузальной атрибуции психологи установили интересные закономерности. Так, причину успеха люди обычно приписывают себе, а неудачи — обстоятельствам. Например, при удачно сделанной стрижке мастер может успех приписывать своему умению, творческой находке. Если стрижка не удалась, он может сослаться на обстоятельства, начиная от плохого самочувствия, неподходящего инструмента до сложных волос посетителя.

Оценка события будет различна в случаях, если человек был участником или наблюдателем. Исследования подтвердили, что ошибки атрибуции приводят к предубеждениям при объяснении поведения членов группы. Всегда оправдываются члены своей группы: «Он ответил отказом, потому что его вынудили обстоятельства». При объяснении тех же действий членов других групп люди говорят: «Он ответил отказом, потому что думает только о себе». Положительное поведение членов чужой, не своей, группы чаще всего не замечается или рассматривается как редкий, уникальный случай.

Общение становится возможным, если люди, вступающие во взаимодействие, могут оценить уровень взаимопонимания и дать себе отчет в том, что представляет собой партнер по общению. Это, в свою очередь, повышает культуру деловых отношений.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие психологические механизмы восприятия вам известны?
2. Раскройте сущность каждого механизма.
3. С какими закономерностями и ошибками атрибуций вы сталкивались в повседневной жизни?

4. Эмоциональный отклик на проблемы партнера, умение представить, что происходит внутри человека, что он переживает, как оценивает события — это: а) рефлексия; б) эмпатия; в) идентификация; г) аттракция?
5. Отождествление себя с партнером по общению на основе попытки поставить себя на его место, при которой происходит понимание поведения, привычек другого человека — это: а) рефлексия; б) эмпатия; в) идентификация; г) аттракция.

Тест «Ваши эмпатические способности»¹

Инструкция: Вам предлагаются вопросы, на которые надо ответить «да» или «нет».

1. У меня есть привычка внимательно изучать лица и поведение людей, чтобы понять их характер, наклонности, способности.
2. Если окружение проявляет признаки нервозности, я обычно остаюсь спокойным.
3. Я больше верю доводам своего рассудка, чем интуиции.
4. Я считаю вполне уместным для себя интересоваться домашними проблемами сослуживцев.
5. Я могу легко войти в доверие к человеку, если потребуется.
6. Обычно я с первой же встречи угадываю «родственную душу» в новом человеке.
7. Я из любопытства обычно завожу разговор о жизни, работе, политике со случайными попутчиками в поезде, самолете.
8. Я теряю душевное равновесие, если окружающие чем-то огорчены.
9. Моя интуиция — более надежное средство понимания окружающих, чем знания или опыт.
10. Проявлять любопытство к внутреннему миру другой личности — бестактно.
11. Часто своими словами я обижаю близких мне людей, не замечая того.
12. Я легко могу представить себя каким-либо животным, ощутить его повадки и состояние.
13. Я редко рассуждаю о причинах поступков людей, которые имеют ко мне непосредственное отношение.
14. Я редко принимаю близко к сердцу проблемы друзей.
15. Обычно за несколько дней я чувствую, что что-то должно случиться с близким мне человеком, — и ожидания оправдываются.

¹ См.: Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и других. — М., 1996. Автор теста — В. В. Бойко.



16. В общении с деловыми партнерами обычно стараюсь избегать разговоров о личном.
17. Иногда близкие упрекают меня в черствости, невнимании к ним.
18. Мне легко удастся копировать интонацию, мимику людей, подражая им.
19. Мой любопытный взгляд часто смущает новых партнеров.
20. Чужой смех обычно заражает меня.
21. Часто действуя наугад, я тем не менее нахожу правильный подход к человеку.
22. Плакать от счастья глупо.
23. Я способен полностью слиться с любимым человеком, как бы растворившись в нем.
24. Мне редко встречались люди, которых я понимал бы без лишних слов.
25. Я невольно или из любопытства часто подслушиваю разговоры посторонних людей.
26. Я могу оставаться спокойным, даже если все вокруг меня волнуются.
27. Мне проще подсознательно почувствовать сущность человека, чем понять его, «разложив по полочкам».
28. Я спокойно отношусь к мелким неприятностям, которые случаются у кого-либо из членов семьи.
29. Мне было бы трудно задушевно, доверительно беседовать с настороженным, замкнутым человеком.
30. У меня творческая натура: поэтическая, художественная, артистическая.
31. Я без особого любопытства выслушиваю исповеди новых знакомых.
32. Я расстраиваюсь, если вижу плачущего человека.
33. Мое мышление больше отличается конкретностью, строгостью, последовательностью, чем интуицией.
34. Когда друзья начинают говорить о своих неприятностях, я предпочитаю перевести разговор на другую тему.
35. Если я вижу, что у кого-то из близких плохо на душе, то обычно воздерживаюсь от расспросов.
36. Мне трудно понять, почему пустяки могут так сильно огорчать людей.

Обработка результатов

Подсчитайте число правильных ответов, соответствующих ключу, а затем определите суммарную оценку.

Ключ

+1, -2, -3, +4, +5, +6, +7, +8, +9, -10, -11, +12, -13, -14, +15,
-16, -17, +18, +19, +20, +21, -22, +23, -24, +25, -26, +27, -28, -29,
+30, -31, +32, -33, -34, -35, -36.

Суммарный показатель может изменяться от 0 до 36 баллов.

Уровень выраженности эмпатии:

30 баллов и выше — очень высокий;

29 — 22 — средний;

21 — 15 — заниженный;

менее 14 баллов — низкий.

2.4. ОБЩЕНИЕ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Интерактивная сторона общения связана с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности, при этом действие является основным содержанием общения.

Одним из возможных способов понимания в процессе общения является восприятие положения партнеров, а также их позиций относительно друг друга. В любом разговоре, беседе большое значение имеет статус партнера, причем не постоянный статус, а статус «здесь и сейчас», в момент общения. Важно и то, кто в данном общении ведущий, а кто ведомый.

Позиции в общении рассматриваются в русле *транзактного анализа*. Данное направление в психологии было разработано в 1950-е гг. американским психологом и психиатром Э. Берном. Наибольшую популярность и практическое применение получила разработанная им схема, в которой Бери выделяет три способа поведения: *Родитель*, *Ребенок*, *Взрослый*. В любой момент каждый человек может быть в состоянии либо взрослого, либо родителя, либо ребенка и в зависимости от состояния ведется разговор, определяются позиции и статус собеседника. Основные характеристики позиций *Родитель*, *Ребенок*, *Взрослый* представлены в табл. 2.

Каждый тип состояний важен для человека.

Родитель — все знает, все понимает, никогда не сомневается, со всех требует, за все отвечает.

Взрослый — трезво, реально анализирует, не поддается эмоциям, логически мыслит.

Ребенок — эмоциональный, импульсивный, нелогичный.

Общение как взаимодействие можно рассматривать с позиций ориентации на контроль и ориентации на понимание.

Таблица 2. Характеристики общения в зависимости от занимаемой позиции

Характеристики	Родитель	Взрослый	Ребенок
Характерные слова и выражения	Все знают что...; Ты не должен никогда...; Ты всегда должен...; Я не понимаю, как это допускают... и т. д.	Как? Что? Когда? Где? Почему? Вероятно. Возможно	Я сердит на тебя! Вот здорово! Отлично! Отвратительно!
Интонации	Обвиняющие, снисходительные, критические, пресекающие	Связанные с реальностью	Очень эмоциональные
Состояние	Надменное, сверхправильное, очень приличное	Внимательность, поиск информации	Неуклюжее, игривое, подавленное, угнетенное
Выражение лица	Нахмуренное, неудовлетворенное, обеспокоенное	Открытые глаза, максимум внимания	Угнетенность, удивление
Позы	Руки в бока, «указующий перст», руки сложены на груди	Наклон вперед к собеседнику, голова поворачивается за ним	Спонтанная подвижность (сжимают кулаки, ходят, дергают пуговицу)

Ориентация на контроль предполагает стремление одного из участников общения контролировать и управлять ситуацией и поведением других людей, которое сопровождается желанием доминировать во взаимодействии. «Контролеры» много говорят. Их стратегией является стремление заставить партнера по общению принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации.

Ориентация на понимание включает в себя стремление понять ситуацию и других людей. При этом поведение направлено на избежание конфликтов, на представление о равенстве партнеров и достижений взаимной удовлетворенности ходом общения. «Пониматели» больше молчат в разговоре. Им свойственно слушать, наблюдать, анализировать. Они пытаются понять собеседника, адаптироваться (подстроиться) к партнеру по общению. Данная ориентация важна для представителей профессий типа «человек — человек», в частности парикмахера.

Таким образом, в процессе взаимодействия люди реализуют планы, цели и решают деловые проблемы. В ходе взаимодействия изменяется поведение партнеров, вырабатываются общие мнения для достижения необходимого результата.

Типы человеческого взаимодействия очень разнообразны, поэтому ученые пытаются упорядочить их многообразие. Наиболее распространенное деление взаимодействия: *кооперация* (от лат. *cooperatio* — сотрудничество), предусматривающая совместное достижение целей, и *конкуренция* (от лат. *concurrere* — сталкиваться), предполагающая создание затруднений и препятствий в достижении целей.

Деловое взаимодействие организуется на основе принятых правил и норм, которые устанавливаются законодательными актами, служебными инструкциями, этическими кодексами, нормами и правилами делового этикета.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. В чем сущность трансактного анализа процесса взаимодействия по Берну?
2. Охарактеризуйте взаимодействие с позиций ориентации на контроль и на понимание.
3. Какие формы взаимодействия являются наиболее распространенными?
4. По вашему мнению, какой тип межличностного общения характерен для «контролера» и какой тип для «понимателя»?

Тест «Ваш стиль делового общения»¹

Инструкция: С помощью этого теста вы можете оценить свой стиль делового общения. Вам предложено 80 утверждений. Из каждой пары (1 — 2, 3 — 4, 5 — 6 и т.д.) выберите одно — то, которое, как вы считаете, наиболее соответствует вашему поведению. Обратите внимание на то, что ни одна пара не должна быть пропущена. Тест построен таким образом, что ни одно из приведенных ниже утверждений не является ошибочным.

1. Я люблю действовать.
2. Я работаю над решением проблем систематическим образом.
3. Я считаю, что работа в командах более эффективна, чем на индивидуальной основе.
4. Мне очень нравятся различные нововведения.
5. Я больше интересуюсь будущим, чем прошлым.
6. Я очень люблю работать с людьми.
7. Я люблю принимать участие в хорошо организованных встречах.
8. Для меня очень важными являются окончательные сроки.
9. Я против откладываний и проволочек.
10. Я считаю, что новые идеи должны быть проверены прежде, чем они будут применяться на практике.
11. Я очень люблю взаимодействовать с другими людьми. Это меня стимулирует и вдохновляет.
12. Я всегда стараюсь искать новые возможности.
13. Я сам люблю устанавливать цели, планы и т.п.
14. Если я что-либо начинаю, то доделываю это до конца.
15. Обычно я стараюсь понять эмоциональные реакции других.
16. Я создаю проблемы другим людям.
17. Я надеюсь получить реакцию других на свое поведение.
18. Я нахожу, что действия, основанные на принципе «шаг за шагом», являются очень эффективными.
19. Я думаю, что хорошо могу понимать поведение и мысли других.
20. Я люблю творческое решение проблем.
21. Я все время строю планы на будущее.
22. Я восприимчив к нуждам других.
23. Хорошее планирование — ключ к успеху.
24. Меня раздражает слишком подробный анализ.

¹ См.: Морозов А. В. Деловая психология. — СПб.: Союз, 2000.

25. Я остаюсь невозмутимым, если на меня оказывают давление.
26. Я очень ценю опыт.
27. Я прислушиваюсь к мнению других.
28. Говорят, что я быстро соображаю.
29. Сотрудничество является для меня ключевым словом.
30. Я использую логические методы для анализа альтернатив.
31. Я люблю, когда одновременно у меня идут разные проекты.
32. Я постоянно задаю себе вопросы.
33. Делая что-либо, я тем самым учусь.
34. Полагаю, что я руководствуюсь рассудком, а не эмоциями.
35. Я могу предсказать, как другие будут вести себя в той или иной ситуации.
36. Я не люблю вдаваться в детали.
37. Анализ всегда должен предшествовать действиям.
38. Я способен оценить климат в группе.
39. У меня есть склонность не заканчивать начатые дела.
40. Я воспринимаю себя как решительного человека.
41. Я ищу такие дела, которые бросают мне вызов.
42. Я основываю свои действия на наблюдениях и фактах.
43. Я могу открыто выразить свои чувства.
44. Я люблю формулировать и определять контуры новых проектов.
45. Я очень люблю читать.
46. Я воспринимаю себя как человека, способного интенсифицировать, организовать деятельность других.
47. Я не люблю заниматься одновременно несколькими вопросами.
48. Я люблю достигать поставленных целей.
49. Мне нравится узнавать что-либо о других людях.
50. Я люблю разнообразие.
51. Факты говорят сами за себя.
52. Я использую свое воображение, насколько это возможно.
53. Меня раздражает длительная, кропотливая работа.
54. Мой мозг никогда не перестает работать.
55. Важному решению предшествует подготовительная работа.
56. Я глубоко уверен в том, что люди нуждаются друг в друге, чтобы завершить работу.
57. Я обычно принимаю решение, особо не задумываясь.
58. Эмоции только создают проблемы.
59. Я люблю быть таким же, как другие.
60. Я не могу быстро прибавить пятнадцать к семнадцати.
61. Я примеряю свои новые идеи к людям.
62. Я верю в научный подход.
63. Я люблю, когда дело сделано.

64. Хорошие отношения необходимы.
65. Я импульсивен.
66. Я нормально воспринимаю различия в людях.
67. Общение с другими людьми значимо само по себе.
68. Люблю, когда меня интеллектуально стимулируют.
69. Я люблю организовывать что-либо.
70. Я часто перескакиваю с одного дела на другое.
71. Общение и работа совместно с другими людьми являются творческим процессом.
72. Самоактуализация является крайне важной для меня.
73. Мне очень нравится играть идеями.
74. Я не люблю попусту терять время.
75. Я люблю делать то, что у меня получается.
76. Взаимодействуя с другими, я учусь.
77. Абстракции интересны для меня.
78. Мне нравятся детали.
79. Я люблю кратко подвести итоги, прежде чем прийти к какому-либо умозаключению.
80. Я достаточно уверен в себе.

Обработка результатов

Обведите те номера, на которые вы ответили положительно, и отметьте их в приведенном ниже перечислении. Посчитайте количество баллов по каждому стилю (один положительный ответ равен 1 баллу). Тот стиль, по которому вы набрали наибольшее количество баллов (по одному стилю не может быть более 20 баллов), наиболее предпочтителен для вас.

Если вы набрали одинаковое количество баллов по двум стилям, значит, они оба присущи вам.

Стиль 1: 1, 8, 9, 13, 17, 24, 26, 31, 33, 40, 41, 48, 50, 53, 57, 63, 65, 70, 74, 79.

Стиль 2: 2, 7, 10, 14, 18, 23, 25, 30, 34, 37, 42, 47, 51, 55, 58, 62, 66, 69, 75, 78.

Стиль 3: 3, 6, 11, 15, 19, 22, 27, 29, 35, 38, 43, 46, 49, 56, 59, 64, 67, 71, 76, 80.

Стиль 4: 4, 5, 12, 16, 20, 21, 28, 32, 36, 39, 44, 45, 52, 54, 60, 61, 68, 72, 73, 77.

Стиль 1 — ориентация на действие. Характерно обсуждение результатов, конкретных вопросов, поведения, ответственности, опыта, достижений, решений. Люди, владеющие этим стилем, прагматичны, прямолинейны, решительны, легко переключаются с одного вопроса на другой.

Стиль 2 — ориентация на процесс. Характерно обсуждение фактов, процедурных вопросов, планирования, организации, контролирования, деталей. Человек, владеющий этим стилем, ориентирован на систематичность, последовательность, тщательность. Он честен, многословен и мало эмоционален.

Стиль 3 — ориентация на людей. Характерно обсуждение человеческих нужд, мотивов, чувств, «духа работы в команде», понимания, сотрудничества. Люди этого стиля эмоциональны, чувствительны, умеют сопереживать окружающим.

Стиль 4 — ориентация на перспективу, на будущее. Людям этого стиля присуще обсуждение концепций, больших планов, нововведений, различных вопросов, новых методов, альтернатив. Они обладают хорошим воображением, полны идей, но малореалистичны и порой их сложно понять.

2.5. ОБЩЕНИЕ КАК ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ (КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ)

Коммуникативная сторона общения проявляется во взаимном обмене информацией между собеседниками, передаче и приеме знаний, мнений, чувств. При общении информация не просто передается от одного партнера к другому, а собеседники обмениваются ею. Лицо, передающее информацию, называют коммуникатором, а получающее информацию — реципиентом. Обмен информацией между участниками общения осуществляется как на вербальном (словесном, речевом), так и невербальном (неречевом) уровне.

На вербальном уровне в качестве средства передачи информации используется человеческая речь. Нередко можно слышать мнение, что речь скрывает истинное лицо человека, но вместе с тем речь может, наоборот, демонстрировать его, вопреки воли говорящего. Речь является одним из факторов развития личности.

Выделяют следующие *виды речи*:

- **внешняя речь** — общение между людьми при помощи разговора. Она бывает *устной* (протекает в меняющихся условиях, для нее характерны сокращенное количество слов и простые грамматические конструкции); *письменной* (имеет четкий замысел, предъявляет повышенные требования к мыслительной деятельности) и *аффективной* (очень простая, ограничена выражениями типа «Ах!», «Ох!», «Ну, погоди!»).

Устная речь подразделяется на *диалогическую* (речь, при которой активны все участники) и *монологическую* (развернутая и связная речь одного лица, требует тщательного отбора слов);

- внутренняя речь — направлена на себя, носит свернутый, сокращенный характер.

Эффективность общения чаще всего связывают с коммуникативной стороной. Основной целью обмена информацией является выработка единой точки зрения между общающимися, установление согласия по поводу ситуаций и проблем, при этом важно, чтобы передаваемая информация была правильно понята. Умение точно выражать свои мысли, умение слушать являются составляющими коммуникативной стороны общения.

На понимание сообщения, которое поступает от коммуникатора к реципиенту, влияют форма и содержание сообщения, зависящие в свою очередь:

- от личностных особенностей говорящего;
- от отношения говорящего к слушающему;
- от ситуации, в которой протекает общение.

Например, разговор с другом будет отличаться от разговора с преподавателем или с клиентом парикмахерской, т. е. при общении учитываются жизненные ценности и приоритеты собеседника, его возраст, интересы. Имея свойственное видение мира, партнер по общению иначе, чем вы, слышит, видит и размышляет, т. е. по-иному воспринимает действительность. Например, часто наблюдается непонимание детьми и взрослыми друг друга, так как окружающим предметам и обстоятельствам они придают разное значение. Или современные тенденции парикмахерского искусства не всегда могут быть правильно приняты старшим поколением.

Во время обмена информацией посланное сообщение претерпевает изменение под влиянием качеств личности слушающего, а также его отношения к говорящему, содержанию и ситуации общения. Французский философ и культуролог А. Моль проиллюстрировал передачу информации на следующем примере: информация передавалась по цепочке «капитан — адъютант — сержант — капрал — рядовые».

Капитан — адъютанту: «Как Вы знаете, завтра произойдет солнечное затмение, а это бывает не каждый день. Соберите личный состав в 5 часов на плацу, в походной одежде. Они смогут наблюдать это явление, а я дам им необходимые объяснения. Если будет идти дождь, то наблюдать будет нечего, в таком случае оставьте людей в казарме».

Адъютант — сержанту: «По приказу капитана завтра утром произойдет солнечное затмение в походной одежде. Капитан на плацу даст необходимые объяснения, а это бывает не каждый день. Если будет идти дождь, то наблюдать будет нечего, тогда явление состоится в казарме».

Сержант — капралу: «По приказу капитана завтра утром в 5 часов затмение на плацу людей в походной форме. Капитан даст необходимые объяснения насчет этого редкого явления, если будет дождливо, что бывает не каждый день».

Капрал — рядовым: «Завтра в самую рань, в 5 часов, солнце на плацу произведет затмение капитана в казарме. Если будет дождливо, то это редкое явление состоится в походной одежде, а это бывает не каждый день».

Кроме этого, информация проходит фильтр «доверия — недоверия», вот почему нередко истинная информация может оказаться неприятной, а ложная — приятной. В большей степени мы доверяем информации, полученной от близких людей, и в меньшей — от незнакомых.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Дайте характеристику коммуникативной стороне общения.
2. Какие виды речи вам известны?
3. За счет чего информация может претерпевать искажения?

2.6. БАРЬЕРЫ В ОБЩЕНИИ

Во многих ситуациях общения человек сталкивается с тем, что его слова, побуждения неправильно воспринимаются собеседником, «не доходят», на пути передачи информации возникают затруднения и препятствия. В процессе общения парикмахера с посетителями салона красоты или с коллегами могут возникать барьеры, которые препятствуют достижению профессиональных целей. Наиболее часто в общении возникают коммуникативные барьеры восприятия, понимания.

К ним относятся этический, эстетический барьеры, барьер возраста, барьер боязни контакта, барьер отрицательных эмоций; барьер предвзятости; барьер ожидания непонимания; барьер стереотипов; барьер двойника.

Рассмотрим некоторые из них.

Эстетический барьер возникает из-за неприятия внешнего вида. Это неопрятная одежда, грязные и сальные волосы и т. п. В равной

степени у клиентов может возникнуть барьер, если рабочая обстановка неряшлива (на столике пятна от краски, щетки и расчески с присутствием волос, вокруг стола на полу неубранные волосы и т. п.). Преодолеть внутреннее препятствие к ведению конструктивного разговора трудно, но тем не менее нельзя показывать, что вас что-то отталкивает, демонстрировать брезгливость.

Барьер отрицательных эмоций возникает в общении с человеком, находящимся в плохом настроении. Если ваш коллега, который обычно с вами вежлив, встречает вас нелюбезно, разговаривает не поднимая глаз и т. д., не спешите принимать это на свой счет и искать причину в изменении его отношения к вам. Скорее всего, человек не может справиться с плохим настроением, причинами которого могут быть проблемы со здоровьем, семейные обстоятельства и т. п.

Барьер отрицательной установки. Клиент может заранее иметь негативную установку по отношению к салону, в котором вы трудитесь, или иметь предубеждение к умению современных мастеров делать хорошие стрижки. Нужно спокойно относиться к неприязни как к проявлению человеческого невежества, отсутствия культуры.

Барьер стереотипов. Взаимодействию нередко мешает неверный стереотип человека, его профессия. Для выстраивания конструктивного общения от стереотипов надо отказываться.

Барьер двойника заключается в том, что мы невольно судим о каждом человеке по себе, ждем от собеседника такого поступка, какой совершили бы на его месте. А потом возмущаемся: «Я бы так никогда не поступил!»

Барьер отношения связан с неприязненным отношением к партнеру или с недоверием к говорящему. Данное отношение «переносится» на получаемую информацию.

Неумение партнера ясно и последовательно выражать свои мысли мешает общению. Неумение слушать собеседника проявляется в перебивании, партнер начинает говорить о своем или уходит в собственные мысли и не реагирует на обращенные к нему слова.

Следующая группа — *барьеры коммуникации*. Рассмотрим некоторые из них.

Фонетический барьер появляется в результате использования непонятного языка, невыразительной речи, речи-скороговорки или речи с большим количеством звуков-паразитов (гм-м, э-э...). Неполное понимание возникает из-за невнятной речи, плохой дикции и речи с дефектами. Поэтому, чтобы быть правильно понятым, надо учиться говорить внятно, разборчиво, достаточно громко и избегать

скороговорки. Быстрый или медленный темпы речи людьми воспринимаются по-разному. Это зависит от возраста, образования, индивидуальных особенностей. Так, пожилые люди хуже поймут быструю речь, а молодые — медленную. Этот факт необходимо учитывать в своей профессиональной деятельности.

Семантический барьер связан с многозначностью слов любого языка, когда участники общения используют различное значение слова. Использование жаргона, «тайного языка» также приводит к возникновению семантического барьера. Существует множество специальных профессиональных терминов, которые человек, работающий в иной сфере деятельности, не поймет.

Барьеры социально-культурных различий основаны на социальных, политических, религиозных, профессиональных различиях, которые приводят к интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе общения. Например, известная пословица «Сытый голодного не разумеет» характеризует социальное различие. Иногда препятствием в общении может быть профессия, пол, возраст партнера. Психологи доказали, что барьер общения тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего. Иначе говоря, чем выше авторитет, тем легче происходит усвоение слушающими предлагаемого сообщения.

Рекомендации специалистов по преодолению барьеров в общении:

- 1) вырабатывать чувство собственного достоинства;
- 2) быть уверенным в себе;
- 3) уважать собеседника и принимать его во всем многообразии (да, он другой, отличный от вас);
- 4) постараться за каждым неадекватным поступком собеседника увидеть его индивидуальные особенности, которые могут порождать проблемы;
- 5) внимательно относиться к собеседнику с первой минуты разговора.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Какие барьеры в коммуникации вам известны?
2. С какими барьерами в общении, по вашему мнению, чаще всего в профессиональной деятельности встречается парикмахер?
3. На что необходимо обращать внимание, чтобы преодолеть барьеры непонимания?
4. Перечислите рекомендации специалистов по преодолению барьеров в общении.



Невербальные средства общения являются дополнением речевого общения. Психологами установлено, что от 60 до 80 % информации человек получает за счет невербальных (неречевых) средств общения. Для успешного ведения дел, продвижения по карьерной лестнице важно наряду со словесным (вербальным) этикетом учитывать невербальный деловой язык. В понятие невербального языка входит не только умение интерпретировать жесты, мимику партнера, но и контролировать свое поведение.

Выделяют следующие *виды невербальных средств общения*.

1. *Кинесика* изучает внешнее проявление человека и включает в себя: мимику (движение мышц лица); пантомимику (движения тела: осанка, походка, позы); жесты; взгляд.

2. *Экстралингвистика* (речевые паузы, кашель, плач, смех) и *паралингвистика* (громкость, тембр, ритм, высота звука).

3. *Такесика* изучает прикосновения в процессе общения (рукопожатие, поцелуй, трогание и пр.).

4. *Проксемика* исследует расположение людей в пространстве при общении (расстояние до собеседника, персональное пространство и т. п.).

Количество и качество невербальных сигналов зависит от возраста человека, от пола, типа темперамента, социального статуса, национальности. По данным психологических исследований, на протяжении часового разговора финн прибегает к жестикуляции 1 раз, итальянец — 80, француз — 120, мексиканец — 180 раз. А издаваемые громкие звуки, постукивание, резкие движения, быстрая походка являются невербальным признаком холерика.

Чтобы правильно трактовать невербальное общение, специалисты рекомендуют руководствоваться следующими правилами:

- «читать» следует не отдельные жесты (они, как и некоторые слова, могут иметь несколько значений), а их совокупность;
- жесты следует трактовать в контексте их проявлений (руки скрещены на груди — при общении это недоверие, закрытость; при холодной морозной погоде человек со скрещенными руками попросту замерз);
- необходимо учитывать национальные особенности;
- при «прочтении» жестов не нужно приписывать свой опыт и свое состояние другому человеку;