

Занятие 9. Основные элементы коммуникации. Вербальная коммуникация. Коммуникативные барьеры. Невербальная коммуникация.

Цель занятия: Познакомить обучающихся с основными элементами коммуникации; дать представление о вербальной и невербальной коммуникации, а также о коммуникативных барьерах.

Содержание занятия

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 (речевом), так и невербальном (неречевом) уровне.

На *вербальном* уровне в качестве средств передачи информации используется человеческая речь. Нередко можно слышать мнение, что речь скрывает истинное лицо человека, но вместе с тем, речь может 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, сокращенное количество слов и простые грамматические конструкции); *письменной* (имеет четкий замысел, предъявляет повышенные требования к мыслительной деятельности); *аффективная* (очень простая и ограничена «Ах!», «Ох!», «Ну, погоди!»)

Устная речь подразделяется на *диалогическую* (речь, при которой активны все участники) и *монологическую* (развернутая и связанная речь, 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:

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

Например, разговор с другом будет отличаться от вашего разговора с преподавателем, или с покупателем. При общении необходимо учитывать жизненные ценности и приоритеты вашего собеседника. Рассматривая мир через свое «видение», партнер по общению иначе, чем вы, слышит, видит и размышляет, т.е. по-иному воспринимает действительность. Например, непонимание детьми и взрослыми друг друга, так как окружающим предметам и обстоятельствам они придают разное значение. Или современные тенденции моды не всегда могут быть правильно приняты старшим поколением.

Во время обмена информацией посланное сообщение претерпевает изменение под влиянием качеств личности слушающего, а также от его отношения к говорящему, содержанию и ситуации общения.

Кроме этого, информация проходит фильтр «доверия - недоверия», вот почему нередко истинная информация может оказаться неприятной, а ложь –

приятной. В большей степени мы доверяем информации, полученной от близких людей и в меньшей – от незнакомых.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте характеристику коммуникативной стороне общения.
2. Какие виды речи Вам известны?
3. Определите, есть у Вас коммуникативные и организаторские склонности. Для этого ответьте на вопросы теста «*Коммуникативные и организаторские склонности*» (КОС).

Инструкция: Вам предлагается ответить на 40 вопросов. Имейте в виду, что вопросы короткие и не могут содержать всех необходимых подробностей. Поэтому представьте себе типичные ситуации и не задумывайтесь над деталями. Не следует тратить много времени на обдумывание, отвечайте быстро. Возможно, на некоторые вопросы вам будет трудно ответить. Тогда постарайтесь дать тот ответ, который вы считаете предпочтительным. При ответе на любой из этих вопросов обращайте внимание на его первые слова. Ваш ответ должен быть точно согласован с ними. Отвечая на вопросы, не стремитесь произвести заведомо приятное впечатление. Важен не конкретный ответ, а суммарный балл по серии вопросов.

Итак, если ваш ответ на вопрос положителен (вы согласны), то около номера вопроса поставьте «да»; если ваш ответ отрицательный (вы не согласны) – поставьте «нет».

1. Много ли у вас друзей, с которыми вы постоянно общаетесь?
2. Часто ли удается склонить большинство своих товарищей к принятию ими вашего мнения?
3. Долго ли вас беспокоит чувство обиды, причиненное вам кем-то из ваших товарищей?
4. Всегда ли вам трудно ориентироваться в создавшейся критической ситуации?

5. Есть ли у вас стремление к установлению новых знакомств с разными людьми?

6. Нравится ли вам заниматься общественной работой?

7. Верно ли, что вам приятнее и проще проводить время с книгами или за какими-либо другими занятиями, чем с людьми?

8. Если возникли какие-то помехи в осуществлении ваших намерений, то легко ли вы отступаете от них?

9. Легко ли вы устанавливаете контакты с людьми, которые значительно старше вас по возрасту?

10. Любите ли вы придумывать и организовывать со своими товарищами различные игры и развлечения?

11. Трудно ли вам включиться в новую для вас компанию?

12. Часто ли вы откладываете на другие дни те дела, которые нужно бы было выполнить сегодня?

13. Легко ли вам удастся устанавливать контакты с незнакомыми людьми?

14. Стремитесь ли вы добиваться, чтобы ваши товарищи действовали в соответствии с вашим мнением?

15. Трудно ли вы осваиваетесь в новом коллективе?

16. Верно ли, что у вас не бывает конфликтов с товарищами из-за невыполнения ими своих обещаний, обязанностей, обязательств?

17. Стремитесь ли вы при удобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?

18. Часто ли в решении важных дел вы принимаете инициативу на себя?

19. Раздражают ли вас окружающие люди и хочется ли вам побыть одному?

20. Правда ли, что вы обычно плохо ориентируетесь в незнакомой для вас обстановке?

21. Нравится ли вам постоянно находиться среди людей?

22. Возникает ли у вас раздражение, если вам не удастся закончить начатое дело?

23. Испытываете ли вы чувство затруднения, неудобства или стеснения, если приходится проявить инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?

24. Правда ли, что вы утомляетесь от частого общения с товарищами?

25. Любите ли вы участвовать в коллективных играх?

26. Часто ли вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы ваших товарищей?

27. Правда ли, что вы чувствуете себя неуверенно среди мало знакомых для вас людей?

28. Верно ли, что вы редко стремитесь к доказательству своей правоты?

29. Полагаете ли вы, что вам не доставляет особого труда внести оживление в малознакомую для вас компанию?

30. Принимали ли вы участие в общественной работе в школе?

31. Стремитесь ли вы ограничить круг своих знакомых небольшим количеством людей?

32. Верно ли, что вы не стремитесь отстаивать свое мнение или решение, если оно не было сразу принято вашими товарищами?

33. Чувствуете ли вы себя непринужденно, попав в незнакомую для вас компанию?

34. Охотно ли вы приступаете к организации различных мероприятий для своих товарищей?

35. Правда ли, что вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?

36. Часто ли вы опаздываете на деловые встречи, свидания?

37. Верно ли, что у вас много друзей?

38. Часто ли вы оказываетесь в центре внимания у своих товарищей?

39. Часто ли вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми людьми?

40. Правда ли, что вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы своих товарищей?

Обработка результатов

Для того, чтобы узнать свои коммуникативные склонности, воспользуйтесь «ключом»: поставьте себе по 1 баллу за каждый ответ «да» на 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37 вопросы и за каждый ответ «нет» на 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39 вопросы. Коэффициент коммуникативности (K_k) определяют по формуле: $K_k = m/20$, где m – количество совпавших с «ключом» ответов. Если K_k соответствует:

от 0,10 до 0,45 – низкий уровень;

от 0,46 до 0,55 – уровень ниже среднего;

от 0,56 до 0,65 – средний уровень;

от 0,66 до 0,75 – высокий уровень;

от 0,76 до 1,00 – очень высокий уровень.

Коммуникативные склонности обеспечивают эффективность общения и психологическую совместимость в деятельности.

Низкие – человек малообщительный, испытывает трудности и определенные неудобства в установлении контактов с людьми.

Ниже среднего – человек не стремится к общению, чувствует себя скованно в незнакомом коллективе, круг своих знакомых ограничивает, не стремится отстаивать свое мнение и трудно переживает обиды.

Средние – человек общительный, разговорчивый (особенно в кругу знакомых людей), круг знакомств не ограничивает.

Высокие – человек общительный, не теряется в новой обстановке, быстро находит друзей, в общении проявляет инициативу, стремится расширить круг своих знакомых.

Очень высокие – человек очень общительный, испытывает потребность в общении, активно вовлекается в события, происходящие

вокруг него. Вносит оживление в компании, легко заводит новые знакомства, стремясь к расширению круга своих друзей.

Для подсчета *организаторских склонностей* воспользуйтесь следующим «ключом»: поставьте себе по 1 баллу за каждый ответ «да» на 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38 вопросы и за каждый ответ «нет» на 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40 вопросы. Коэффициент организаторских способностей (K_o) определяют по формуле: $K_o = m/20$, где m – количество ответов совпавших с «ключом». Если K_o соответствует:

от 0,20 до 0,55 – низкий уровень;

от 0,56 до 0,65 – уровень ниже среднего;

от 0,66 до 0,70 – средний уровень;

от 0,71 до 0,80 – высокий уровень;

от 0,81 до 1,00 – очень высокий уровень.

Организаторские склонности показывают, насколько человек умеет организовывать себя и других.

Низкие – человек не умеет себя организовать, отсутствует внутренняя собранность. В общественной жизни инициативы не проявляет.

Ниже среднего – человек избегает принятия самостоятельного решения, проявление инициативы в общественной жизни занижено.

Средние – в экстремальных ситуациях человек может организовать себя и убедить коллег в принятии какого-либо решения.

Высокие – человек все делает согласно внутренним устремлениям. В трудной ситуации способен принимать самостоятельные решения.

Очень высокие – человек испытывает потребность в организаторской деятельности. Принимает самостоятельные решения, отстаивает свое мнение и добивается, чтобы оно было принято другими.

Методика КОС позволяет определить наличие уровня коммуникативных и организаторских склонностей на данный период. При наличии целеустремленности и надлежащих условий деятельности данные склонности могут развиваться.

3.3. Барьеры в общении

Во многих ситуациях общения человек сталкивается с тем, что его слова, побуждения как-то неправильно воспринимаются собеседником, «не доходят», на пути передачи информации возникают какие-то затруднения и препятствия. В процессе общения продавца и покупателя 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; фонетический семантический и другие.

Рассмотрим некоторые из них.

Эстетический барьер возникает из-за неприятия внешнего вида покупателя. Это неопрятная одежда, грязные и сальные 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.

В равной степени у покупателя может возникнуть эстетический барьер, если продавец имеет неопрятный вид, обстановка в магазине неряшлива.

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 плохого настроения может быть физическое или духовное состояние здоровья.

Барьер отрицательной установки. Покупатель может иметь негативную установку по отношению ко всем торговым работникам или иметь предубеждение к современным методам торговли. Спокойно отнеситесь 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 ваши слова.

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. Например, быстрая или медленная речь людьми воспринимается по-разному. Это зависит от возраста, образования, индивидуальных особенностей. Так пожилые люди поймут хуже 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, имеющие двойной смысл. Использование жаргона, «тайного языка» также приводят к возникновению семантического барьера. Существует множество специальных профессиональных терминов, которые человек, работающий в иной сфере деятельности, не поймет.

Барьер социально-культурного различия основан на социальных, политических, религиозных, профессиональных различиях, которые приводят к интерпретации тех или иных понятий, употребляемых в процессе общения. Например, известная поговорка «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 предлагаемого сообщения. Поговорка «Яйца курицу не учат» показывает отношение к партнеру, т.е. он не авторитет, его можно не слушать.

Рекомендации специалистов по преодолению барьеров в общении.

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

Вопросы для самопроверки

- 1) Какие барьеры в коммуникации Вам известны?

2) С какими барьерами, по – вашему мнению, чаще всего в профессиональной деятельности встречается продавец?

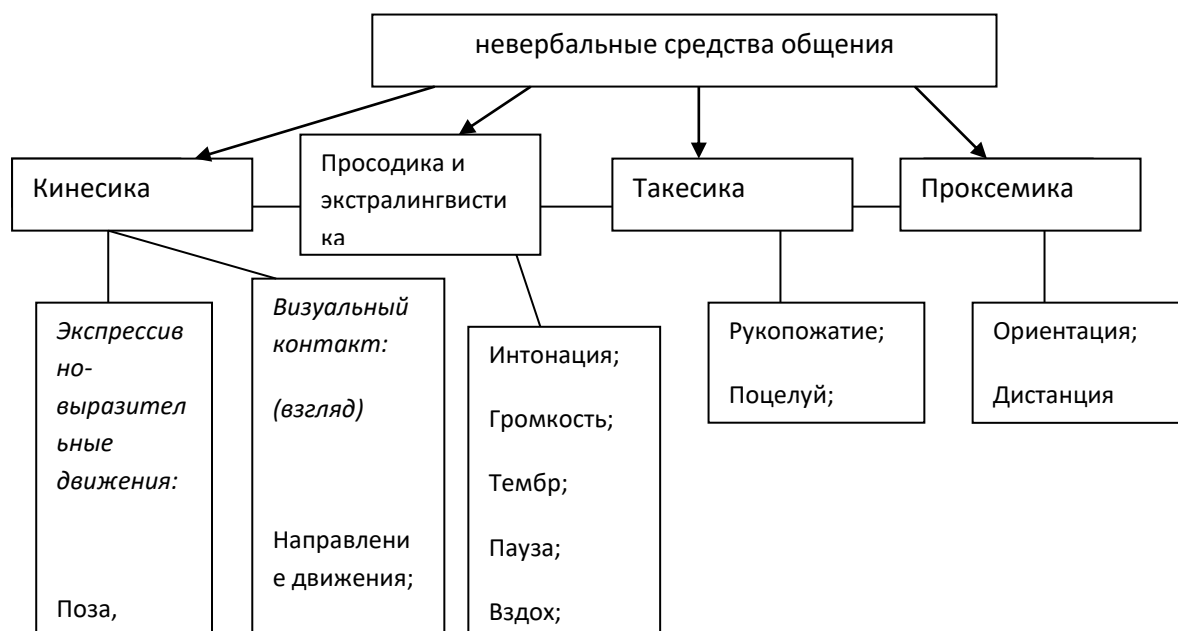
3) На что необходимо обращать внимание, чтобы преодолеть барьеры непонимания?

4) Какие виды речи Вам известны?

3.4 Невербальное общение

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 (бессловесный) 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*:



Таким образом:

1. *Кинесика* изучает внешнее проявление человека и включает в себя: мимику (движение мышц лица); пантомимику (движение 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, дотрагивание 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. Кроме того, они зависят от пола, типа темперамента, социального статуса, национальности. Например, «большой палец правой руки опущен вниз» у англичан означает неодобрение, у римлян – наказание, у русских такой жест отсутствует. А покачивание головой из стороны в сторону у русских означает «нет», у болгар «да».

По данным психологических исследований на протяжении часового разговора финн прибегает к жестикуляции один раз, итальянец – 80, француз – 120, мексиканец – 180 раз.

Об уровне общей культуры человека, его тактичности, деликатности и вежливости можно говорить по используемым жестам в той или иной ситуации. Специалисты в области невербального этикета рекомендуют не злоупотреблять жестами, особенно если вы не уверены, что ваш собеседник их правильно поймет.

Очень осторожными и внимательными необходимо быть при «передаче» и «прочтении» жестов, которые в разных странах мира интерпретируются по-разному. Обратимся к некоторым примерам и рассмотрим жесты, которые приняты в европейских странах, но по значению отличаются от принятых у нас.

Мы привыкли считать, загибая пальцы и начиная с мизинца. У европейцев при счете пальцы левой руки выбрасываются из центра ладони в стороны (если счет ведется одной рукой, то первым в сторону выбрасывается большой палец, затем указательный и т.д.).

Если в Голландии вы повертите указательным пальцем у виска, подразумевая какую-то глупость, то вас поймут так: кто-то сказал очень остроумную фразу. Говоря о себе, европейцы указывают рукой на грудь, а японцы – на нос.

Для людей, занятых на предприятиях сферы услуг (магазин, ресторан, салоны красоты) и общающихся по роду своей деятельности с огромным количеством разных людей, знание невербального этикета является неотъемлемой частью профессионализма. Умение заинтересовать собеседника своей продукцией, успешно провести презентацию товара, добиться оформления заказа во многом зависит от умения понимать «невербальный язык» партнера.

В книге Дж.Ниренберга и Г.Калеро (Ниренберг Дж., Калеро Г. Читать человека как книгу. – М., 1990 – С.4) рассматривается пример, демонстрирующий как продавец может понять, что у покупателя на самом деле на уме: *«Если глаза возможного покупателя опускаются на землю, а лицо отворачивается в сторону – вам откажут. Напротив, если рот расслаблен, без механической улыбки, подбородок выставлен вперед, то покупатель, вероятно обдумывает ваше предложение. Если взгляд встречается на несколько секунд с вашим, одновременно с легкой боковой улыбкой, доходящей, по крайней мере, до уровня носа, то он склоняется на вашу сторону. И, наконец, если опускается голова на тот же уровень, что и ваша, улыбка расслаблена и энтузиастична, - покупка действительно будет сделана».*

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 приписывать свой опыт и свое состояние другому человеку;
- помнить о формально-ролевом общении, например, если человек играет роль высокомерного, то и жесты будет использовать соответствующие;
- учитывать факторы здоровья: к примеру, у близоруких людей зрачки всегда расширены, у дальнозорких сужены.

Мимика тесно связана с эмоциями и позволяет человеку догадаться о переживаемых собеседником чувствах радости, печали, напряжения или покоя. Мимика помогает человеку передавать настроение, отношение к тому, о чем он говорит. Радость, гнев, печаль - самые распространенные эмоциональные состояния лица. При радости мускулы лица приходят в движение и все черты лица кажутся приподнятыми кверху. Носогубные складки резко изменяют форму, дугообразно расходясь от крыльев носа сначала кверху, а потом вниз. Уголки губ оттягиваются назад и кверху, щеки также поднимаются вверх, образуя под глазами, у наружных углов мелкие морщины. Брови принимают изогнутый вид. Чувство гнева выражается в мимике нахмуриванием лба, брови сдвигаются. В межбровном пространстве появляются вертикальные складки, губы при этом плотно сжаты (плотно сжатые губы выдают внутреннее напряжение, расслабленные «говорят» о мягкости и открытости)

Выражение лица играет важную роль в общении, обеспечивая эмоциональный контакт между собеседниками.

Улыбка является универсальным средством невербального общения. Первоначально улыбка была символом угрозы, но уже давно означает

одобрение, доброжелательность. Некоторые психологи придерживаются мнения, что человек улыбается не только потому, что рад чему-либо, но и потому, что улыбка помогает чувствовать уверенность и быть счастливее. Возможно, эта точка зрения спорная, но все же при встрече улыбка снимает настороженность первых минут и способствует спокойному, уверенному общению, создает положительный настрой. Улыбка украшает человека, выражает радость встречи, говорит о расположении и дружелюбии партнера по общению. Психологи рекомендуют слова приветствия и благодарности сопровождать улыбкой, поскольку улыбка снимает напряжение.

Люди улыбаются по-разному. Существует дружелюбная, ироничная, заискивающая, презрительная, насмешливая и другие виды улыбок. При общении с собеседником всегда надо помнить, что улыбка должна выражать дружеское расположение. Улыбка, при которой немного обнажается верхний ряд зубов, выражает большее дружеское расположение, чем обычная улыбка. Однако, такую открытую улыбку специалисты не рекомендуют использовать при первой встрече, так как она может породить недоверие. Широкая улыбка, когда рот приоткрыт и обнажены оба ряда зубов, не используется при знакомстве, она характерна при шутках между друзьями.

Американцы любят повторять – «улыбайтесь», следуя этому принципу, помните, что улыбка должна соответствовать ситуации и не должна вызывать раздражение собеседника.

Взгляд – первый шаг на пути к собеседнику. Взгляд очень красноречив и выражает самые различные чувства и состояния. Он может быть жестким, колючим, добрым, радостным, открытым, враждебным, ласковым, вопрошающим, блуждающим, застывшим и т.д.

Взгляд выражает отношение к собеседнику. Люди смотрят друг на друга от 30 до 60% времени беседы. Зрительный контакт помогает

регулировать разговор. Когда человек говорит, он обычно реже смотрит на собеседника, чем когда он его слушает. Если говорящий переводит взгляд с партнера на что-то другое и обратно, это означает, что он еще не закончил говорить. Если мысль говорящего закончена, то он, как правило, смотрит в глаза собеседника, как бы сообщая: «Я все сказал, слово за вами». Взгляд в сторону или искоса воспринимается как выражение подозрения и сомнения.

Нередко нас раздражают люди, которые во время разговора опускают веки, тем самым человек пытается убрать собеседника из поля своего зрения, потому что он ему надоел, стал неинтересным. Возможно, это проявление чувства превосходства над собеседником, особенно в сочетании с откинутой назад головой. Зрительный контакт зависит от дистанции между собеседниками. Мы больше смотрим на говорящего, когда он находится на некотором расстоянии, и избегаем зрительных контактов, когда он находится вблизи. Чем ближе находится собеседник, тем меньше нужно смотреть ему прямо в глаза, чтобы не вызвать у него неприятного чувства.

Жесты. Жестом можно приветствовать и прощаться с человеком, обратиться к знакомому и незнакомому. Жестом можно обидеть собеседника, а можно доставить ему радость. Многие из нас знают разницу между жестом торжественным и развязным, дружеским и официальным. Поэтому жест может многое рассказать о человеке, о его воспитанности и культуре поведения.

В процессе наблюдения было выявлено, что при разговоре люди придают словам 7% значимости, интонации – 38%, мимике и жестам – 55%. Всего один жест может изменить смысл произнесенных слов.

В беседе мы часто сопровождаем слова действиями, в которых главную роль играют руки. Важным атрибутом деловых встреч является *рукопожатие*. Оно очень информативно, при этом особое внимание обращают на его интенсивность и длительность. О безразличии говорит

вялое рукопожатие сухих рук. При сильном волнении у людей бывают влажные ладони. Удлиненное рукопожатие сопровождаемое улыбкой, демонстрирует дружелюбие. Не рекомендуется протягивать руку тыльной стороной вниз, а также не задерживать руку партнера в своей руке, поскольку у него может возникнуть ощущение «попадание в капкан». Долгое рукопожатие может говорить о скрытой борьбе за лидерство.

Рука, поданная ладонью вниз, показывает превосходство партнера и читается: «беру контроль и ответственность на себя». Это рукопожатие называют «подавляющее». Для его нейтрализации специалисты рекомендуют подойти на полшага вперед. В этом случае руки автоматически переходят в вертикальное положение, которое свидетельствует о партнерском рукопожатии «мы равны и готовы к взаимодействию». Рука, поданная для рукопожатия ладонью вверх, означает согласие на подчинение – «отдаю вам контроль над ситуацией». Таким образом, даже простое рукопожатие несет информацию о собеседнике.

Продавцу приходится общаться по роду своей деятельности с огромным количеством разных людей, поэтому знание невербального этикета является неотъемлемой частью их профессионализма.

Каждый жест человека подобен слову в языке, он неразрывно связан с ходом мысли и с движением чувств человека. Для определения понимания информации в психологии используют *механизм обратной связи*, который проявляется в том, что в процессе обмена информацией, она помимо своего первоначального содержания несет сведения о том, как собеседники воспринимают и оценивают поведение друг друга. Обратная связь подразумевает наблюдение за партнером по общению и оценку его реакций, а также последующее изменение в соответствии с этим собственного поведения.

В общении с клиентами или коллегой обратная связь является важным и необходимым условием установления доверительных отношений. Благодаря обратной связи мы можем понять, как встречено то, о чем мы

говорим – с одобрением или враждебно, открыт собеседник или замкнут. Например, по выражению лица, вы можете определить, доволен ли покупатель товаром, который вы презентуете. «Бессловесная» обратная связь помогает достичь нужного результата для построения конструктивного общения и налаживания взаимоотношений.

В общении чаще всего встречаются следующие виды жестов:

- *жесты оценки*, при которых человек оценивает информацию: почесывание подбородка, вытягивание указательного пальца вдоль щеки, вставание и прохаживание;
- *жесты самоконтроля*: руки сведены за спину, при этом одна сжимает другую, или человек, сидящий на стул, вцепился руками в подлокотники;
- *жесты доминирования*, жесты, связанные с выставлением больших пальцев напоказ, резкие взмахи сверху вниз;
- *жесты расположения*: прикладывание руки к груди, означающие честность, прерывистое прикосновение к собеседнику.

Поза – это положение человеческого тела. От умения правильно держаться и двигаться в значительной степени зависит ваш внешний вид. Наша манера стоять, ходить, сидеть является дополнительным источником информации. Очень информативны плечевой пояс и верхняя часть тела человека. Например, высоко поднятые плечи со слегка сутулой спиной и втянутым подбородком свидетельствуют о беспомощности, боязливости и неуверенности. Плечи спадающие вперед, указывают на чувство подавленности. Свободно опущенные плечи «говорят» о внутренней свободе, уверенности, а отжимание плеч назад указывает на активность, решительность, но нередко – на переоценку собственных возможностей. Наблюдая за покупателем, вошедшем в магазин: как он вошел, поздоровался, начал рассматривать товар или подошел с вопросом, можно судить о его настроении.

Человеческое тело способно принимать около тысячи различных положений. В силу культурных традиций каждого народа одни позы являются запретными, а другие – нормативными. Позы свидетельствуют об уровне культуры общества. Например, сидеть, развалившись на стуле или положив ноги на стол, в присутствии партнера в нашем обществе не принято. Нужно учиться сидеть красиво, удобно и естественно, при этом не следует «плюхаться» на стул – нужно садиться спокойно и красиво. Не следует разглаживать юбку после того, как усядетесь. Когда собеседник сидит, наклонившись слегка вперед, то он выражает внимание и сосредоточенность; если он откинулся назад и положил ногу на ногу, то его вид «говорит» о не заинтересованности, «выключении» из разговора.

В ходе общения можно наблюдать наиболее «читаемые» позы:

- *открытую*, которая характеризует искренность и правдивость (открытые ладони рук, развернутые навстречу собеседнику; руки и ноги не скрещены; расстегнутый пиджак);
- *закрытую или защитную*, означающую реакцию на возможные угрозы или конфликтные ситуации (скрещенные руки; посадка на стуле верхом – спинка стула является щитом, защитой; а также когда человек сидит на стуле, закинув ногу на ногу или скрестив их);
- *поза готовности* демонстрирует желание активных действий, а также энтузиазм в достижении цели (руки на бедрах; сидя на стуле, туловище наклонено вперед, руки опираются на колени, а ноги опираются о пол так, что одна нога выступает чуть-чуть вперед, оставляя другую позади).

Важное значение для общения имеет *голос*, который является выразителем наших чувств. Тихим голосом разговаривают люди робкие и неуверенные в себе, очень громкая, «взвинченная» речь может восприниматься как резкость и агрессия. В обычной обстановке нужно говорить с нормальной громкостью, чтобы вас все хорошо слышали. Каждому человеку необходимо работать над постановкой голоса, особенно

это относится к тем, кто постоянно вступает в общение, чья профессия связана со звучащим словом.

Существенное значение имеет гибкость, пластичность голоса, умение легко изменять его в зависимости от содержания речи. Большое значение имеет тон речи, т.е. окраска голоса человека, с помощью которой он передает свои чувства и мысли. Тон может изменить содержание речи, придать ей противоположный смысл. Хорошо поставленному голосу свойственно богатство тембральной окраски. Тембр – это окраска звука, яркость, теплота, мягкость и индивидуальность. Не случайно есть голоса, которые привлекают нас и надолго запоминаются.

Одним из важнейших средств может стать умелое использование *пауз*, которые помогают доносить и воспринимать смысл высказывания. Длительность пауз различна и зависит от причины, которой она вызвана. Голос и жест в сочетании с мимикой помогают человеку создать свой образ.

Проксемика занимается нормами пространственной и временной организации общения. Выделяют четыре пространственные зоны или дистанции в общении.

1. Интимная (от 0 до 45 см). Из всех дистанций в общении эта самая главная и охраняемая человеком. Проникнуть в эту зону позволено самым близким людям.
2. Личная (от 45 см до 120 см). Это расстояние используется в повседневном общении среди знакомых людей. Данная дистанция обычно разделяет людей, находящихся на приемах или официальных вечерах.
3. Социальная (от 120 см до 400 см). Это дистанция официальных встреч с посторонними людьми, людьми, которых мы не очень хорошо знаем (новичок в группе, новый сотрудник в коллективе)

4. Общественная или публичная (от 400 см до 750 см). Данное расстояние используется при общении с большим количеством людей, например, лектору удобнее передавать информацию, а слушателям - воспринимать.

Интересно, что определяющим фактором расстояния между общающимися являются социально-возрастные различия. Исследователи отмечают, что чем больше разница в возрасте у общающихся людей, тем больше расстояние между ними. Исследования также показали, что между ростом собеседника и дистанцией общения существует связь: чем выше мужчина, тем более он старается приблизиться к собеседнику и наоборот. У женщин прослеживается противоположная зависимость, поэтому специалисты рекомендуют учитывать в общении данную закономерность.

Вопросы для самопроверки.

1. Что означает «читать человека»?
2. Какова роль невербального общения в межличностном взаимодействии?
3. Согласны ли Вы с утверждением, что жесты следует «читать» в их совокупности и трактовать в контексте их проявлений? Ответ поясните.
4. За счет чего «невербальный язык» принято считать элементом общей культуры поведения?
5. Почему, по-вашему мнению, в процессе общения не рекомендуется использовать большое количество жестов?
6. Можно ли охарактеризовать состояние собеседника по его рукопожатию? Ответ проиллюстрируйте примерами.
7. Ответьте на вопросы психологического теста «Уровень владения невербальными компонентами в процессе делового общения»

Инструкция: Ответьте на приведенные утверждения «да» или «нет».

1. Собеседники часто обращают мое внимание на то, что я говорю слишком громко или слишком тихо.

2. Во время разговора я, порой, не знаю, куда деть руки.
3. Я чувствую неловкость в первые минуты знакомства.
4. Почти всегда предстоящее общение с незнакомым человеком вызывает у меня тревогу.
5. Я часто бываю скован в движениях.
6. В течение 10-минутной беседы я не могу обойтись без того, чтобы к чему-либо не прислониться или на что-либо не облокотиться.
7. Я обычно не обращаю внимания на мимику и движения партнера, сосредотачиваясь на его речи.
8. Я стараюсь ограничить круг своего делового общения несколькими хорошо знакомыми мне людьми.
9. При разговоре я часто верчу что-либо в руках.
10. Мне трудно скрыть внезапно возникшие эмоции.
11. Во время деловых бесед я стараюсь полностью исключить мимику и жестикуляцию.

Результаты:

Чем меньше утвердительных ответов (ответов «да»), тем лучше человек владеет невербальными средствами общения.

Если даны 11 отрицательных ответов («нет»), это не означает, что можно пренебречь невербальными методами. Внимательно наблюдая за собой и собеседниками, можно обнаружить много интересных, информативных моментов, которые ранее ни о чем не говорили и которые теперь способны значительно облегчить вашу профессиональную деятельность.

Используемая литература:

Г.М. Шеламова Деловая культура и психология общения Москва, Издательский центр «Академия» 2015г. Стр. 80-93.