

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра философии и права

Контрольная работа
по дисциплине «Профессиональная этика и межкультурное
взаимодействие»
Направление подготовки Государственное и муниципальное управление

Выполнила:
Студент группы М322-04
Сибгатуллина Э.С.
Шифр ЭМ322485К
Проверила:
Доцент к.ф.н. Нежметдинова Ф.Т.

Казань – 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Межличностная коммуникация. Аттракция, ее элементы, внешние и внутренние факторы	4
2. Основные формы коммуникации: вербальная, невербальная, паравербальная. Формы и стили вербальной коммуникации	7
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	11
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	12

ВВЕДЕНИЕ

Контрольная работа включает в себя изучение двух вопросов:

1. Межличностная коммуникация. Аттракция, ее элементы, внешние и внутренние факторы?
2. Основные формы коммуникации: вербальная, невербальная, пара-вербальная. Формы и стили вербальной коммуникации

Живя в обществе, человек не может не общаться. Коммуникация составляет основу нашего взаимодействия с окружающим миром. Через общение человек познает себя и других людей, учится и развивается.

Основные формы коммуникаций, при условии их применения, помогают передавать информацию, обмениваться сведениями, получать новые знания. Понимая, на каких принципах строится общение, можно развить в себе необходимые навыки и стать более коммуникабельным.

На сегодняшний день это слово означает уже не только передачу сообщений или каких-либо сигналов, а обмен информацией, взаимодействие между искусственными или живыми объектами для предоставления каких-либо сведений.

Но есть и другой вариант применения термина communication. Это слово может означать сообщество или какое-либо объединение. В таком виде данное понятие применяется в различных философских и социологических трудах. Тем самым коммуникация представляет собой уже не само взаимодействие между людьми, а скорее его условие или цель.

При этом сфера философии начинала акцентировать свое внимание на данной теме лишь в начале прошлого столетия. Само же возникновение такого интереса исследователей можно связать с нарастанием проблем в социальных аспектах жизнедеятельности человека. Именно для преодоления таких трудностей специалисты начали выделять конкретные формы и методы коммуникации.

. Существуют внешние факторы, которые играют значимую роль, хоть при первом взгляде не особо связаны с общением.

1. Общительность, умение поддерживать беседу, желание понравиться, способность привлечь внимание. Чем больше человек вызывает такими незатейливыми методами симпатии, тем он более привлекателен для окружающих.

2. Пространственная близость. Близость друг к другу всегда вызывает особенное доверие. Только не надо пересекать особую зону 0,5 метра, ведь она является интимной, любое вторжение воспринимается как нарушение границ.

3. Эмоциональное состояние человека. Жизнерадостный и счастливый человек привлекателен для окружающих, а вот человек с депрессией уже не так привлекателен. Вот так у людей и складывается впечатление о человеке сразу же, даже до начала разговора с ним.

1. Межличностная коммуникация. Аттракция, ее элементы, внешние и внутренние факторы

Среди людей, входящих в круг нашего общения, всегда есть те, кто нам нравится больше, те, кто нам нравится меньше, и те, кто нам вообще не нравится. Те есть наше восприятие других людей, как правило, сопровождается более или менее выраженным оценочным отношением к ним. Стремление нравиться другим людям и их взаимные чувства по отношению к нам составляют важную сторону социальной жизни, играют значительную роль в хорошем самочувствии любого человека.

Процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения между людьми, взаимной симпатии получил название «межличностная аттракция» (от английского attract – привлекать, притягивать, пленять, прельщать).

Среди факторов, оказывающих наибольшее влияние на процесс межличностной аттракции, можно выделить внешние по отношению к процессу непосредственного межличностного взаимодействия (иногда их называют экологическими) и внутренние, то есть те, что возникают в процессе взаимодействия, или собственно межличностные детерминанты аттракции.

К внешним, то есть не связанным непосредственно с процессом взаимодействия, факторам аттракции можно отнести следующие: степень выраженности у человека потребности в аффилиации; эмоциональное состояние партнеров по общению; пространственная близость.

Как мы уже отмечали, аффилиация – это потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, желание нравиться, привлекать внимание, интерес, чувствовать себя ценным и значимым. Степень выраженности данной потребности у разных людей в значительной мере определяет характер их межличностных отношений. Если у личности слабо выражена данная потребность, то она производит впечатление необщительного, замкнутого, избегающего других человека. И наоборот, если данная потребность выражена в значительной степени, то человек постоянно ищет контактов с другими, стремится к людям, стремится сделать так, чтобы его заметили.

Эмоциональное состояние в конкретной ситуации общения может быть рассмотрено как внешний фактор аттракции с тем случае, если хорошее настроение человека распространяется на все вокруг, включая окружающий людей. Экспериментально установлено, что человек, переживающий положительные эмоции, чаще и позитивно смотрит на других людей, проявляет к ним интерес. Для человека с негативным настроением, люди либо вообще не существуют (он их не видит), либо на окружающих переносится его негативное состояние.

Пространственная близость – еще одна внешняя детерминанта межличностного предпочтения. Действие этой переменной можно сформулировать следующим образом: при прочих равных условиях, чем

ближе пространственно находятся люди друг к другу, тем вероятнее их взаимная привлекательность. Так, например, в детские годы круг друзей формируется из живущих рядом сверстников, зачастую и брачными партнерами становятся люди, либо живущие недалеко друг от друга, либо те, кто учатся и/или работают вместе. Пространственная близость влияет и на длительность отношений. Огромное количество дружеских отношений, влюбленностей, ухаживаний прекращается под воздействием пространственной разделённости (следствие тому поговорка «С глаз долой, из сердца – вон»). Другое объяснение связи между пространственной близостью и межличностной аттракцией предложил известный психолог Роберт Зайонц (1968): неоднократное использование какого-либо стимула увеличивает привлекательность этого стимула для воспринимающего. Иначе говоря, то, что знакомо, нравится больше, чем то, что незнакомо.

К внутренним, или собственно межличностным детерминантам аттракции можно отнести: физическую привлекательность партнеров по общению; демонстрируемый стиль общения; фактор сходства между партнерами по общению; фактор дополнения; выражение личного отношения к партнеру в процессе общения (фактор поддержки).

Связь между физической привлекательностью и аттракцией находится в сложных, опосредованных другими переменными зависимостях. Во-первых, взгляды на красоту субъективны, а во-вторых, в основе предпочтения красивых или некрасивых людей лежит не столько стремление в выборе партнера по общению самого красивого человека, сколько прогноз его реакций на себя. То есть, если человек уверен в себе, он выбирает наиболее красивых людей из возможных, а при отсутствии уверенности ориентируется на средний или даже низкий уровень физической привлекательности. Тем не менее, красота оказывает влияние на межличностную аттракцию. По данным многочисленных исследований, красивая внешность обеспечивает мальчикам и девочкам более высокую популярность, начиная уже с четырех лет.

Важным фактором межличностной аттракции является манера поведения в общении. Общение с одними людьми приносит нам большее наслаждение, чем с другими. Те, кто проявляют щедрость, великодушные, энтузиазм, нежность, живость, коммуникабельность, решительность, как правило, нравятся больше. Кто не демонстрирует данных черт воспринимают как скупых, холодных, апатичных, «агрессивно-эгоцентричных» или чересчур робких.

Фактор сходства, следующий фактор оказывающий влияние на межличностную аттракцию. «Приятный человек – это человек, который согласен со мной» – однажды сказал Дизраэли (премьер-министр Великобритании в конце 19 века). Три четверти века спустя это высказывание нашло подтверждение в научных исследованиях: нам нравятся, и мы скорее нравимся людям, которые похожи на нас, и напротив, нам не нравятся, и мы не нравимся людям, отличающимся от

нас. Можно выделить некоторые факторы, усиливающие воздействие сходства на аттракцию.

Среди них:

- число вопросов, по которым люди достигают согласия;
- важность, значимость тех или иных взглядов;
- взаимность.

Дополнение. Всем нам доводилось встречать пары, в которых люди великолепно уживаются, несмотря на бросающиеся в глаза различия их характеров и взглядов. Теорию, подчеркивающую различия, а не сходство между людьми как основу межличностной аттракции, предложил американский психолог Р.Винч, назвав ее теорией дополняющих потребностей. Ее основное положение можно сформулировать так: при отборе брачных партнеров и даже друзей мы чаще выбирает тех, кто удовлетворяет наши потребности, а максимальное удовлетворение имеют место тогда, когда два человека скорее имеют дополняющие, а не сходные потребности.

Говоря о факторе поддержки, имеют ввиду выражение личного отношения к партнеру. Еще Аристотель писал, что люди любят тех, кто делает им добро и заботится о них. Аттракция возникает в ответ на положительные действия, неприязнь – на отрицательные. Мы с большей вероятностью будем положительно относиться к тем людям, кот нас хвалит, любит, сотрудничает с нами, чем к тем, кто нас критикует, ненавидит или является нашим конкурентом.

Таким образом, межличностная аттракция определяется действием целого ряда факторов. Положительное восприятие другого человека может зависеть от эмоционального состояния самого воспринимающего, от степени выраженности у человека потребности в аффилиации, от того, находится данный человек рядом с вами или он далеко от вас. Людям скорее нравятся те, кто имеет взгляды, образование, ценности, статус, сходные с их собственными; те, чье поведение и стиль общения поддерживают их самоуважение и достоинство.

2. Основные формы коммуникации: вербальная, невербальная, пара-вербальная. Формы и стили вербальной коммуникации

Коммуникация может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами.

Под вербальной коммуникацией в целом понимается речевое общение людей в процессе их совместной деятельности, устная коммуникация в соответствии с потребностями выражаемой информации отражает взаимообусловленные речевые произведения говорящего и слушающего. Акты речевой коммуникации при этом всегда обусловлены набором параметров, необходимых для их осуществления: сфера общения, ситуация общения, вид коммуникативного контакта, ролевые установки, характеристики участников общения, способы выражения (изложения) предметного содержания в говорении. Слушание, как и говорение, относится к видам речевой деятельности. Для создания ситуации, которую можно назвать коммуникативно- речевой, необходимо именно наличие слушателя. Как правило, говорящий выступает в роли инициатора сообщения. Он изначально программирует ход беседы и прогнозирует речевые действия слушающего. Эффективность устного общения зависит во многом от того, как поняли друг друга участники общения, как отреагировали на слова и поведение собеседника, какими действиями подтвердили правильность восприятия в обратной связи. Прогнозировать или иницировать обратную связь во время речевого взаимодействия можно при условии, что каждый из участников общения использует средства, механизмы, навыки и умения слушания и говорения.

Напомним, что представления о вербальной коммуникации как общении людей в процессе их совместной деятельности подразумевают не только устную, но и письменную форму общения. Если в устно речевые коммуникации обращаем внимание на речевую деятельность говорящего и слушающего, то в письменной речевой коммуникации внимание акцентируется на ролях пишущего (создающего текст, автора речевого произведения) и читающего или читателя.

Чтение и письмо являются самостоятельными видами речевой деятельности. Вместе с тем характеристики устно речевой и письменной речевой деятельности в пределах одной и той же ситуации общения вполне сопоставимы.

Наряду с вербальными средствами коммуникации, как уже отмечалось выше, большое значение имеют невербальные средства.

Термин “невербальное” обычно понимается как несловесный язык. Он объединяет большой круг явлений, включая не только движения тела человека и звуковую модальность речи, но и различные элементы окружающей среды, одежду, элементы оформления внешности и даже различные сферы искусства.

Под невербальной коммуникацией (в узком смысле) следует понимать средство информации, систему невербальных знаков, символов,

кодов, используемых для передачи информации. Ключевым моментом такого понимания является указание на внешнее сопровождение психических явлений.

В широком смысле понятие “невербальная коммуникация” означает социально обусловленную систему взаимодействия, в структуре которой преобладают произвольные, неосознаваемые комплексы движений, выражающие личностную неповторимость человека. Полусущества, здесь речь идет о “невербальном поведении” личности. Ядро такого поведения составляют самые разнообразные движения (жесты, экспрессия лица, взгляд, позы, интонационно-ритмические характеристики голоса, прикосновения), которые связаны с изменяющимся психическим состоянием человека, его отношениями к партнеру, с ситуацией взаимодействия. Невербальное поведение считается многими исследователями той частью общения, которая с трудом поддается формализации и за которую человек не несет ответственность. Несмотря на это невербальные средства так же, как и вербальные, используются для организации обратной связи в процессе общения. Невербальная коммуникация выполняет функции контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции взаимодействия. Сочетание вербальных и невербальных компонентов зависит от ситуации общения, главными компонентами которой являются отношения между участниками, цели взаимодействия, вид общения. При этом невербальное поведение может выступать как средство, дополняющее речь, как “автономный текст”, существующий параллельно речи, а также как единственное средство общения.

Смысл высказывания может меняться в зависимости от того, какая интонация, ритм, тембр были использованы для его передачи. Речевые оттенки влияют на смысл высказывания, сигнализируют об эмоциях, состоянии человека, его уверенности или неуверенности и т.д. Поэтому наряду с вербальными и невербальными средствами коммуникации в общении используются и паравербальные средства, которые представляют собой совокупность звуковых сигналов, сопровождающих устную речь, привнося в нее дополнительные значения. Примером такого рода может служить интонация, сигнализирующая нам о вопросительном характере предложения, сарказме, отвращении, юморе и т.д. То есть при паравербальной коммуникации информация передается через голосовые оттенки, которым в разных языках придается определенный смысл. Поэтому произнесенное слово никогда не является нейтральным. То, как мы говорим, иногда важнее самого содержания сообщения.

Действие паравербальной коммуникации базируется на использовании механизма ассоциаций человеческой психики. Ассоциации представляют собой способность нашего интеллекта восстанавливать прошлую информацию благодаря свежей информации, которая в данный момент принимается человеком, то есть когда одно представление вызывает другое. Эффект в данном случае достигается благодаря тому, что

говорящий создает общее информационное поле взаимодействия, которое помогает собеседнику понимать партнера. Средствами достижения эффективной коммуникации здесь служат следующие характеристики человеческого голоса:

1) Скорость речи.

Оживленная, бойкая манера говорить, быстрый темп речи свидетельствуют от импульсивности собеседника, его уверенности в своих силах. И, напротив, спокойная медленная манера речи указывает на невозмутимость, рассудительность, основательность говорящего. Заметные колебания скорости речи обнаруживают недостаток уравновешенности, неуверенность, легкую возбудимость человека.

2) Громкость.

Большая громкость речи присуща, как правило, искренним побуждениям либо кичливости и самодовольству. В то время как малая громкость указывает на сдержанность, скромность, такт или нехватку жизненной силы, слабость человека. Заметные изменения в громкости свидетельствуют об эмоциональности и волнении собеседника. Как показывает коммуникационная практика, усилению эмоциональности речи в иных случаях способствует отсутствие логических доводов.

3) Артикуляция.

Ясное и четкое произношение слов свидетельствует о внутренней дисциплине говорящего, его потребности в ясности. Неясное, расплывчатое произношение свидетельствует об уступчивости, неуверенности, вялости воли.

4) Высота голоса.

Фальцет зачастую присущ человеку, у которого мышление и речь больше основываются на интеллекте. Грудной голос является признаком повышенной естественной эмоциональности. Высокий пронзительный голос является признаком страха и волнения.

5) Режим речи.

Ритмическое говорение означает богатство чувств, уравновешенность, хорошее настроение. Строго циклическое говорение показывает сильное осознание переживаемого, напряжение воли, дисциплину, педантичность. Угловато-отрывистая манера речи служит выражением трезвого, целесообразного мышления.

Назначение паравербальной коммуникации заключается в том, чтобы вызвать у партнера те или иные эмоции, ощущения, переживания, которые необходимы для достижения определенных целей и намерений. Такие результаты обычно достигаются с помощью паравербальных средств общения, к которым относятся: просодика - это темп речи, тембр, высота и громкость голоса; экстралингвистика - это паузы, кашель, вздохи, смех и плач (то есть звуки, которые мы воспроизводим с помощью голоса).

Следующим средством паравербальной коммуникации является манера, с одной стороны, говорить многословно, а с другой, лаконично, не используя слишком много слов. Во многих культурах часто содержание

высказывания имеет второстепенный характер.

Итак, общение – это вид самостоятельной человеческой деятельности; атрибут других видов человеческой деятельности; взаимодействие субъектов. При психологическом подходе общение определяется как специфическая форма деятельности и как самостоятельный процесс взаимодействия, необходимый для реализации других видов деятельности личности.

Как и всякое сложное явление общение имеет свои мотивы, средства, способы и виды. Компонентами общения являются вербальная, невербальная и паравербальная коммуникация.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, коммуникации - это способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка, телодвижений и параметров речи.

Цель коммуникации - добиться от принимающей стороны точного понимания отправленного сообщения. Коммуникации в организации - это сложная, многоуровневая система, охватывающая как саму организацию и ее элементы, так и ее внешнее окружение.

Таким образом, значение коммуникаций трудно переоценить, они важны для руководителей организаций по следующим причинам:

-Коммуникации необходимы для эффективности управления;

-Коммуникации необходимы для утверждения авторитета и выражения воли руководителя.

Хорошо налаженные коммуникационные сети содействуют обеспечению организационной эффективности. Если организация эффективна в области коммуникаций, она эффективна и во всех других видах деятельности. Коммуникации имеют сложную и гибкую структуру. Только знание закономерностей построения коммуникаций может принести успех. Вообще, коммуникации важны во всех сферах деятельности человека. Все мы живем, обмениваясь информацией друг с другом. И чем эффективней этот обмен, тем больше у нас открывается возможностей для эффективной работы и благополучной личной жизни. Исходя из этого, я считаю, что следует постоянно совершенствоваться в процессах коммуникации для успешного осуществления своей нелегкой, но интересной профессиональной деятельности. В результате проведенного исследования было установлено, что люди, прошедшие тесты на коммуникацию, большинство из них имеют средний коммуникативный уровень, и лишь единицы имеют низкий или высокий. Из этого получается, что большинство людей общительны, у них развиты коммуникативные способности, что очень положительно для личности человека при трудоустройстве на работу, при работе в каком-либо коллективе и т.д.

Эффективность межличностной коммуникации зависит от степени адекватности смыслового восприятия, так как с этим связана правильность интерпретации информации, коммуникативной установки партнера и прогнозирование последующих этапов коммуникации. При межкультурной коммуникации каждая культура представляет собой систему кодов, которая распространяет свое действие на повседневные отношения, социальные и культурные нормы и т.д. Эти кодовые системы культур, как правило, несопоставимы между собой или в лучшем случае сопоставимы только ограниченно. В связи с этим в процессе коммуникации приобретает важное значение проблема кодирования и декодирования информации. Противоречия таких разных представлений легко может приводить к конфликту.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дереча В.А. Социальная психология. Зависимое поведение. Учебное пособие. — М.:Юрайт. 2020. 182 с.
2. Ильин Г. Л. Социология и психология управления. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 224 с.
3. Кабашов С.Ю. Морально-этические и правовые основы государственного и муниципального управления. Профессиональная этика, кадровая политика, планирование карьеры и противодействие коррупции / С.Ю. Кабашов. - М.: Дело АНХ, 2020. - 216 с.
4. Корягина Н.А. Социальная психология: теория и практические методы. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2019. 316 с.
5. Кошечая И.П. Профессиональная этика и психология делового общения. Учебное пособие: моногр. / И.П. Кошечая. - М.:Инфра-М, Форум, 2021. - 636 с.
6. Пичугин В.Г. Психология влияния в управлении персоналом. Учебное пособие. — М.: Прометей. 2020. 144 с.
7. Садовская В.С., Ремизов В.А. Психология общения. Учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт. 2019. 170 с.
8. Самыгин С.И., Столяренко Л.Д., Гафиатулина Н.Х. Психология делового общения. Учебное пособие. М.: Феникс. 2020. 298 с.
9. Столяренко Л.Д., Самыгин С.И. Психология общения. Учебник для колледжей. М.: Феникс. 2020. 318 с.
10. Хренов Н.А. Социальная психология искусства. — М.: Юрайт. 2019. 550 с.