

Этапы общения:

1. Установление контакта.
2. Ориентация в ситуации (люди, обстоятельства).
3. Автоматический, интуитивный и сознательный выбор тактики и средств общения.
4. Восприятие и оценка ответной реакции.
5. Корректировка стиля общения.
6. Выход из контакта.

1. Установление контакта:

- ВНЕШНИЙ ВИД
 - ПОВЕДЕНИЕ
 - ОБЩЕНИЕ
 - КАЧЕСТВА
 - **ИСКРЕННОСТЬ И ДОВЕРИЕ**
- **Раппорт** – доверие, симпатия, «свой человек», комфорт, ощущение теплоты.
- **Искренний** интерес и симпатия.

Подстройка (раппорт)

- По дыханию.
- По позе и жестам.
- По голосу и речи.
- По эмоциональному настрою.
- По убеждениям.

- Присвоить собеседнику желаемое качество (Зная вашу внимательность,...).
- Похвала и комплимент.
- Напоминание о приятном событии.
- Сообщение интересной информации.
- Обращать внимание на общее и похожее.

- слова-7%,
- интонация- 40%,
- неречевые средства- 53%

Невербальные средства общения

(усиливают, дополняют или опровергают фразу):

- Интонация. Громкость. Темп.
- Мимика. Жесты. Позы. Взгляд.
- Внешний вид (одежда, украшения, цвет).
- Запах.
- Расстояние.
- Походка.
- Тактильная коммуникация.
- Паузы, покашливания, смех и т.д.

Расстояние:

- -интимная зона (15-45 см). Допускаются лишь близкие, доверие, нарушение ведет к выбросу адреналина.
- -личная (45-120 см). Обыденная беседа с друзьями и коллегами.
- -социальная зона (120-400 см). Официальные встречи с теми, кто незнаком.
- -публичная зона (б.400 см). Общение с большой группой.

Барьеры общения:

- Незнакомые слова и выражения.
- Невнятная речь.
- Стилль общения и речи.
- Непонятная или неправильная логика рассуждений.
- Религиозные, национальные, гендерные стереотипы.
- Неприязнь и недоверие.
- Отсутствие внимания и интереса.
- Неверный выбор стратегии общения.

Эффекты социального восприятия:

- Эффект «первичности»

Наиболее значимой для формирования впечатления о незнакомом человеке оказывается первая информация о нем.

- Эффект «новизны».

Для формирования образа уже знакомого человека значимой оказывается последняя (новая) информация о нем.

- Эффект «ореола».

Перенесение общего эмоционального знака (положительного или отрицательного) первого впечатления о человеке на его частные психологические характеристики.

- Эффект «проекции».

Приписывание своих достоинств
приятным людям и своих недостатков –
неприятным.

- Эффект «стереотип».

Восприятие человека как устойчивого образа. Приводит к упрощению, искажению и предубеждению в познании другого человека.

- Эффект «красоты».

Физическая привлекательность повышает положительную оценку черт личности.

Установок по отношению к окружающему миру:

- По отношению к себе (Я+/Я-).
- По отношению к близким (Ты+/Ты-).
- По отношению к окружающим (Они+/Они-).
- По отношению к труду (Труд+/Труд-).