

image not found or type unknown



Каждый из участников делового общения руководствуется определенными нравственными нормами: честностью и порядочностью, справедливостью, уважением, ответственностью и другими.

**Честность** -вынуждает людей воздерживаться от обмана и лживых поступков. Но надо иметь в виду, что иногда приходится лгать даже тем людям, которые принимают честность в качестве непреложной нормы делового поведения. Чаще всего люди прибегают ко лжи, когда попадают в ловушку моральной дилеммы и вынуждены делать выбор между неудовлетворяющими альтернативами.

Основное правило морали состоит в том, что «нужно говорить правду всегда, когда это возможно. Фундаментальное требование этого правила означает, что не следует намеренно обманывать или пытаться обмануть других и самих себя. Лишь если мы сталкиваемся с настоящей моральной дилеммой и должны сделать выбор, оправданный обстоятельствами (например, не оповещать врага о планирующейся атаке с целью сохранения человеческих жизней), или выбрать из двух зол меньшее (защита конфиденциальности посредством лжи), только тогда возможна ложь».

**Порядочность** -человека выражается в единстве его убеждений и действий. Порядочное поведение противоположно лицемерию и двуличию. Порядочный человек всегда выполняет данные кому-либо обещания. Например, сотрудник, пообещавший помощь коллеге при выполнении служебного задания, обязательно поможет ему, даже если это будет связано для него с серьезными трудностями.

**Справедливость**- в деловом общении предполагает объективность или отсутствие предвзятости в оценках других людей и их поступков. Проявление внимания или предупредительности к деловому партнеру и соблюдение его прав указывает на **уважение** к его личности. Уважение проявляется в том, слушаем ли мы и пытаемся ли понять точку зрения нашего делового партнера, даже в том случае, когда она существенно отличается от нашей.

**Ответственность**- проявляется в том, в какой мере участники делового взаимодействия отвечают за свои слова и выполняют взятые на себя обязательства, насколько они соблюдают моральные нормы, а также обязанности друг перед другом.

## **2. Причины плохой коммуникации.**

**Стреагипы** – упрощенные мнения относительно отдельных лиц или ситуаций.

**Предвзятые представления** – склонны отвергать все что противоречит собственным взглядом что-то новое, необычное.

**Плохие отношения между людьми** – трудно убедить в справедливости моего взгляда.

**Отсутствие внимания и интереса собеседник** – интерес возникает, когда человек осознает значения информации.

**Пренебрежение фактами** – привычка делать выводы-заключения при отсутствии однозначного числа фактов.

**Ошибки в построении высказываний** – неправильный выбор слов, сложное сообщения, слабая убедительность, нелогичность.

**Неверный выбор стратегии и тактики общения.**

### **Ошибки восприятия**

**Эффект ореола** — тенденция воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера: переносить благоприятное или негативное впечатление об одном качестве человека на всю его личность в целом. Так, человека начинают считать выдающимся после первой удачи или, наоборот, считать ущербным во всех отношениях после неудачи. Исследователи отмечают, что действует несколько типовых схем запуска эффекта ореола: срабатывают фактор превосходства, привлекательности и отношения к нам.

**Фактор превосходства** срабатывает не при всяком, а только при действительно важном, значимом для воспринимающего неравенстве. Человек, который превосходит наблюдателя по важному параметру (уму, росту, здоровью, материальному положению и др.), оценивается им гораздо выше и по остальным параметрам; иначе говоря, происходит его общая личностная переоценка. При этом чем не увереннее чувствует себя наблюдатель в данный момент, тем меньше нужно усилий для запуска этой схемы. Так, в экстремальной ситуации люди часто готовы доверять тем, кого не стали бы слушать в спокойной обстановке.

**Фактор привлекательности** обеспечивает реализацию схемы, связанной с восприятием партнера как чрезвычайно привлекательного внешне. Ошибка, допускаемая в этом случае, состоит в том, что внешне привлекательного человека люди также склонны переоценивать по другим важным для них психологическим и социальным параметрам.

**Фактор отношения к наблюдателю** регулирует включение схемы восприятия партнера, в основе которой лежит характер отношения к наблюдателю. Ошибка восприятия в этом случае состоит в том, что людей, которые хорошо к нам относятся или разделяют какие-то важные для нас идеи, мы склонны позитивно оценивать и по другим показателям.

**Эффект порядка (эффекты “первичности” и “новизны”)** касается значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. После первой встречи с человеком больший вес придается данным, полученным вначале. Наоборот, в ситуациях восприятия знакомого человека действует “эффект новизны”, заключающийся в том, что последняя, более новая информация оказывается наиболее значимой.

**Эффект средней ошибки** — тенденция смягчать оценки наиболее ярких особенностей другого в сторону среднего.

**Эффект проекции** — приписывание другим людям собственных качеств. Причем замечено, что приятному для нас собеседнику мы склонны приписывать собственные достоинства, а неприятному — свои же собственные недостатки. Это психологическое правило известно давно и используется в проективных тестах: “Что усиленно отрицаешь, тем непременно обладаешь сам”.

**Стереотипизация.** Так, например, одним из результатов стереотипизации восприятия учителя является формирование в его сознании модели идеального ученика. Это такой ученик, который подтверждает собой успешную роль педагога, делая его работу приятной: готовый к сотрудничеству, стремящийся к знаниям, дисциплинированный.

**«Брейнсторминг» или искусство ведения споров.**

**Брейнсторминг - это как я понял мозговой штурм, мозговом штурме, участники без критики высказывают любые идеи и варианты решения проблемы, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают лучшие, которые могут быть использованы на практике.**

Этапы и правила мозгового штурма

Правильный мозговой штурм включает 3 этапа:

1. **Постановка проблемы.** Предварительный этап. В начале четко формируется проблема. Происходит отбор участников штурма, определение ведущего и распределение прочих ролей участников в зависимости от поставленной проблемы и выбранного способа проведения штурма.
2. **Генерация идей.** Основной этап, от которого во многом зависит успех всего мозгового штурма. Поэтому очень важно соблюдать правила для этого этапа:
  - Главное — количество идей. Не делайте никаких ограничений.
  - Полный запрет на любую критику и оценку высказываемых идей. Оценка отвлекает от основной задачи и сбивает творческий настрой.
  - Необычные и даже абсурдные идеи приветствуются.
  - Записывание идей в диаграмму и таблицу. Это помогает видеть направления и связи идей.
3. **Группировка, отбор и оценка идей.** Этот этап часто забывают, но именно он позволяет выделить наиболее ценные идеи и дать окончательный результат мозгового штурма. На этом этапе, в отличие от второго, оценка не ограничивается, а наоборот, приветствуется. Методы анализа и оценки идей могут быть очень разными. Успешность этого этапа напрямую зависит от того, насколько "одинаково" участники понимают критерии отбора и оценки идей

Для проведения мозговой атаки обычно создают две группы:

участники, предлагающие новые варианты решения задачи;

члены комиссии, обрабатывающие предложенные решения.

Метод мозгового штурма делится по продолжительности:

- Мозговая атака: 1 - 1,5 часа

- Мозговой штурм: 3 - 4 часа
- Мозговая осада: от одного до нескольких дней. Может вместо дневных сеансов разбиваться на мозговые атаки и штурмы

#### Преимущества мозгового штурма

- посредством совместной деятельности специалистов, которые отличаются друг от друга опытом, знаниями, видению ближайшего будущего, создаются необходимые условия для синергетического эффекта -«*„качественного умножения“ знания (целое есть больше, чем набор частей)*»; также новые подходы, перспективы видения и интересные аналогии возникают *«на стыках различных дисциплин, областей человеческой практики»* в ходе обсуждения поставленных проблем качественно отличающимися специалистами
- доброжелательная обстановка позволяет участникам усвоить навыки критики по существу, научиться импровизировать, а также усиливает положительный настрой и доверие (высказывание из сети)

#### **Могущество вербального интеллекта»: моя логика защиты идей Тони Бьюзена**

**В книге описаны формы развития красноречия: словесные игры, словесные загадки как здоровая пища для мозга; расширение словарного запаса, повышение коэффициента интеллектуальности на своеобразном "словесном пире", где будут действовать корни, приставки, суффиксы; задания на гармоничное взаимодействие - слов в их морфологической сложности, содержания, голоса в тембровом богатстве интонации и телесного языка как инструмента самовыражения. Содержание каждой главы наглядно представлено особой умственной картой.**

**Тони Бьюзен создал новый метод (технику) под названием интеллектуальная карта - это визуальный инструмент управления информацией, который помогает человеку структурировать, запоминать, систематизировать, изучать новое и проводить мозговой штурм этот метод помогает запоминать**

**большое количество знаний, однако меня это не слишком сильно удивило. Ведь если сравнивать эту книгу с другой которую я уже читал название этой книги Инструкция по применению или (как работает мозг) МОЗГА автор Дэвид Рок в этой книги более детально описываются использование мозга, то очень интересная книга. Но кто я по сравнению с таким психологом как Тони Бьюзен и все же я считаю, что книга Дэвида Рока интересна в ней нет научных слов, и она более красочно описывает использование карту памяти.**

**Социальные сети: польза или вред?**

**Я считаю что социальные сети-это больше вред чем польза, вы спросите почему? Давайте сначала поговорим о пользе: мы получаем самые свежие и нужные новости из сети, так же мы можем общаться с друзьями которые находятся на другом краю земли, обсуждать разные новости, истории и т.д.**

**Я считаю, что эти социальные сети нас порабощают мы становимся зависимыми от этого что эмоционально что физически мы становимся слабыми люди закрываются от всех в социальных сетях прячутся под масками и мне стыдно за наше поколение ведь мы становимся рабами своего телефона. Ведь чем тратить время на социальные сети мы могли-бы начать читать книги, заниматься спортом, открывать что-то новое и интересное для себя. Ученый доказал, что 80% людей проснувшись сразу берут в руки телефон это опять-таки подтвердили мои слова почти все мои знакомые. Вот вам пример если у видео «блогера» забрать все возможные социальные сети он не продержится и недели без социальных сетей**

**Десять причин, для чего нужно быть убедительным.**

**1.Выбрать правильное время.**

**2.Сделать выгодное предложение.**

**3.Спокойный человек более убедителен чем тот, кто не умеет контролировать эмоции**

**4.Человеку всегда ближе позиция того, кто ему нравится.**

**5.Фокусироваться на их ценностях.**

**6.Быть последовательным и честным.**

**7.На до быть готовым отступить.**

**8.Контролировать свой голос и поведение.**

**9.Знать, о чем говорить.**

**10.Удерживать их интерес**