

**Лекция 6. Диалог как
организационный принцип
коммуникативной
деятельности в управлении**

Своеобразие диалога заключается:

- 1) в одновременности воздействия одного партнера на другого;
- 2) в сменяемости позиций воздействующего и отражающего;
- 3) во взаимной интеллектуально волевой активности;
- 4) в обменном характере действий.

Для реального диалога необходимы следующие условия:

- 1) наличие желания и готовности у двух партнеров выразить свою позицию по отношению к актуальной проблеме;
- 2) готовность воспринять и оценить позицию партнера;
- 3) готовность к активному и наступательному взаимодействию;
- 4) наличие у партнеров общей основы и определенных различий в решении обсуждаемой проблемы.

Виды диалога

- Самокритический диалог
- Критический диалог
- Дискуссия
- Беседа
- Публичная речь

Самокритический диалог

- Представляет внутреннее самообщение с целью самооценки, самоанализа.
- Критический самоанализ как форма внутреннего диалога обеспечивает самооценку через взаимодействие двух "Я".
- В самокритическом диалоге оцениваются позиции и поступки личности со стороны внутреннего "Я".

Критический диалог

- Представляет собой коммуникативно-оценочные действия по отношению к отрицательным явлениям или сторонам другого человека, его деятельности, а также всего многообразия общественной жизни.
- В критическом диалоге можно выделить такие фазы: постановка проблемы, анализ причин, ее породивших, оценка действий, приведших к отрицательным последствиям проблемы, конструктивное предложение или изложение позиции на решение проблемы, ответная реакция критикуемого или поддержка другим позиции критикующего.
- Критический диалог эффективен, если в нем диалектическое отрицание сочетается с позитивным освещением проблемы, составляющей объект критики.

Дискуссия

- Дискуссия как форма диалога предполагает управленческое общение с людьми на основе доводов и аргументов с целью найти истину путем всестороннего сопоставления различных мнений.
- Сущность действий в дискуссии состоит в защите или опровержении тезиса.
- При выдвижении тезиса участники дискуSSIONного диалога исходят из трех технологических условий: тезис должен быть четко сформулирован и ясен оппоненту, тезис должен оставаться неизменным в ходе всего диалога, тезис не должен содержать в себе логических противоречий.
- Дискуссия ставит перед ее руководителем три формы взаимосвязанных задач: задачи по отношению к проблеме, задачи по отношению к группе участников, задачи по отношению к каждому участнику.

Беседа

- беседа в области управленческой деятельности представляет собой целенаправленный, намеренный вид делового общения, которое:
 - - направлено на достижение определенных целей, служит решению управленческих целей;
 - - связано с необходимостью сделать те или иные выводы на основании анализа мнений и высказываний и выработать соответствующие решения.

С деловой беседой как диалогической формой коммуникативной деятельности связаны следующие преимущества:

- - возможность дифференцированного подхода к предмету обсуждения с учетом коммуникативной цели партнеров;
- - быстрота реагирования на высказывания партнеров, способствующая достижению целей;
- - повышение компетентности руководителя за счет учета, критической проверки и оценки мнений, предложений, идей, возражений и критических замечаний партнеров;
- - сознание общности всех участников беседы и влияния этого фактора на формирование личных качеств партнеров;
- - возможность дифференцированного подхода к учету и оценке субъективных и объективных факторов проблемы в комплексе;
- - ощущение собственной значимости и повышение компетентности партнеров в результате критического разбора других точек зрения по данной проблеме;
- - отождествление себя с целями и задачами и ощущение причастности к решению затронутой в беседе проблемы.

Публичная речь

- Публичная речь является диалогической формой коммуникативной деятельности при условии, если она реализуется в непосредственном психологическом контакте. Такой контакт предусматривает обязательное наличие психологического взаимодействия между тем, кто произносит речь (инициатор общения), и тем, кто ее воспринимает (реципиент).
- Публичная речь менеджера является средством управления эмоциональным состоянием реципиента. Она используется при презентациях и рекламе