

Профессиональная этика и этикет

100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм»,

100110.65 «Домоведение»

Институт Сервиса, моды и дизайна; кафедра Сервиса и моды

Слесарчук Ирина Анатольевна

Тема 5. Общение как инструмент этики деловых отношений

Лекция 5. Понятие общения

План лекции

1. Сущность общения
2. Виды общения. Специфика делового общения
3. Формы общения
4. Функции и структура общения

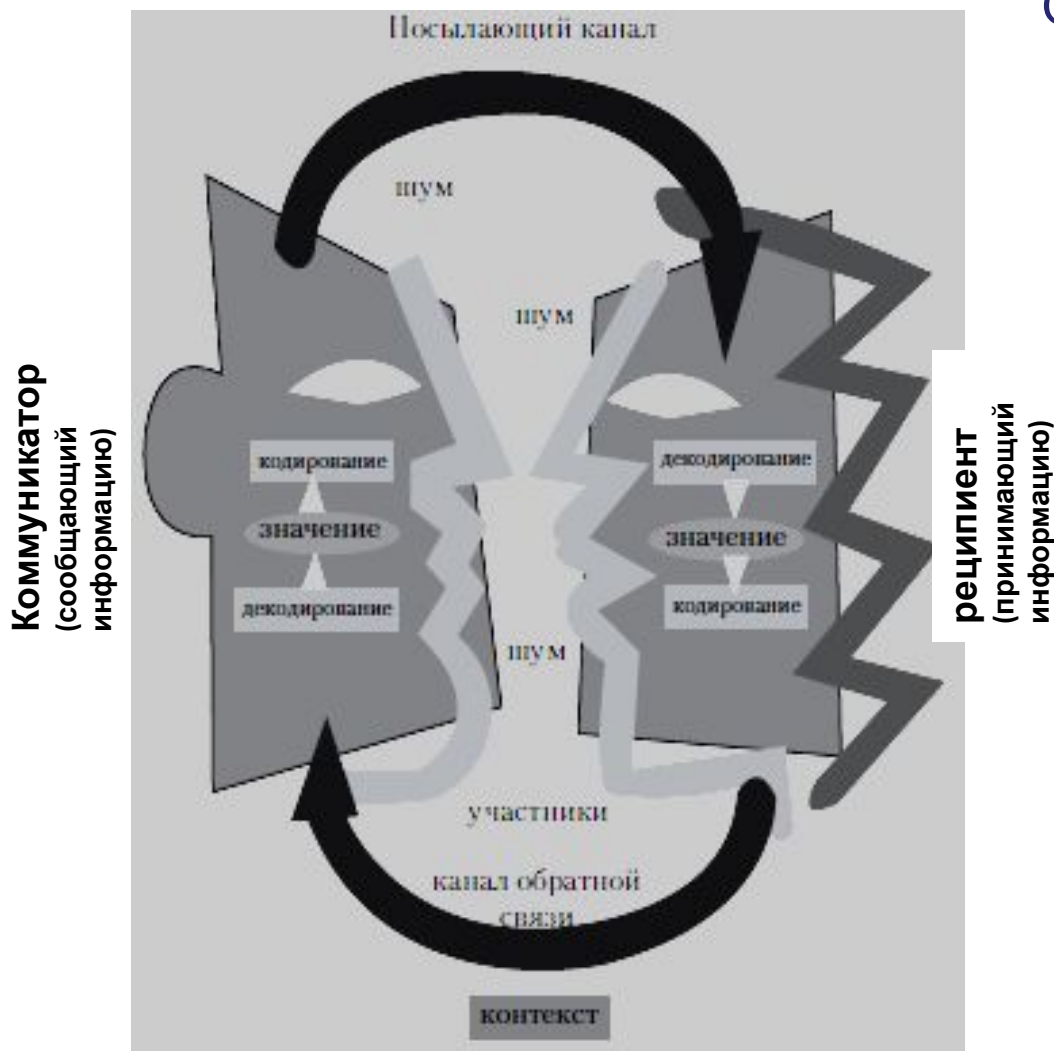
1 вопрос

СУЩНОСТЬ ОБЩЕНИЯ

Определения общения

- **Общение** — процесс взаимодействия людей, социальных групп, общностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности.
- Взаимные сношения, деловая или дружеская связь (С.И.Ожегов);
- Одна из форм человеческого взаимодействия, благодаря которой индивиды как физически, так и духовно творят друг друга (К.Маркс);
- Сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека (Краткий психологический словарь);
- Коммуникация, т. е. обмен мнениями, переживаниями, настроениями, желаниями и т. п.

Модель коммуникационного процесса с двумя участниками



Основные элементы

- **Отправитель** (коммуникатор) — создатель сообщения, лицо, генерирующее идею;
- **Сообщение** — информация или закодированная идея, т. е. то, что передает источник получателю;
- **Канал** — средство, с помощью которого сообщение передается от коммуникатора реципиенту.
- **Получатель (реципиент)** - лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

Этапы общения

Зарождение идеи

Кодирование и выбор
канала

Передача по каналам
коммуникации

Декодирование

Средства коммуникативного общения



Вербальные

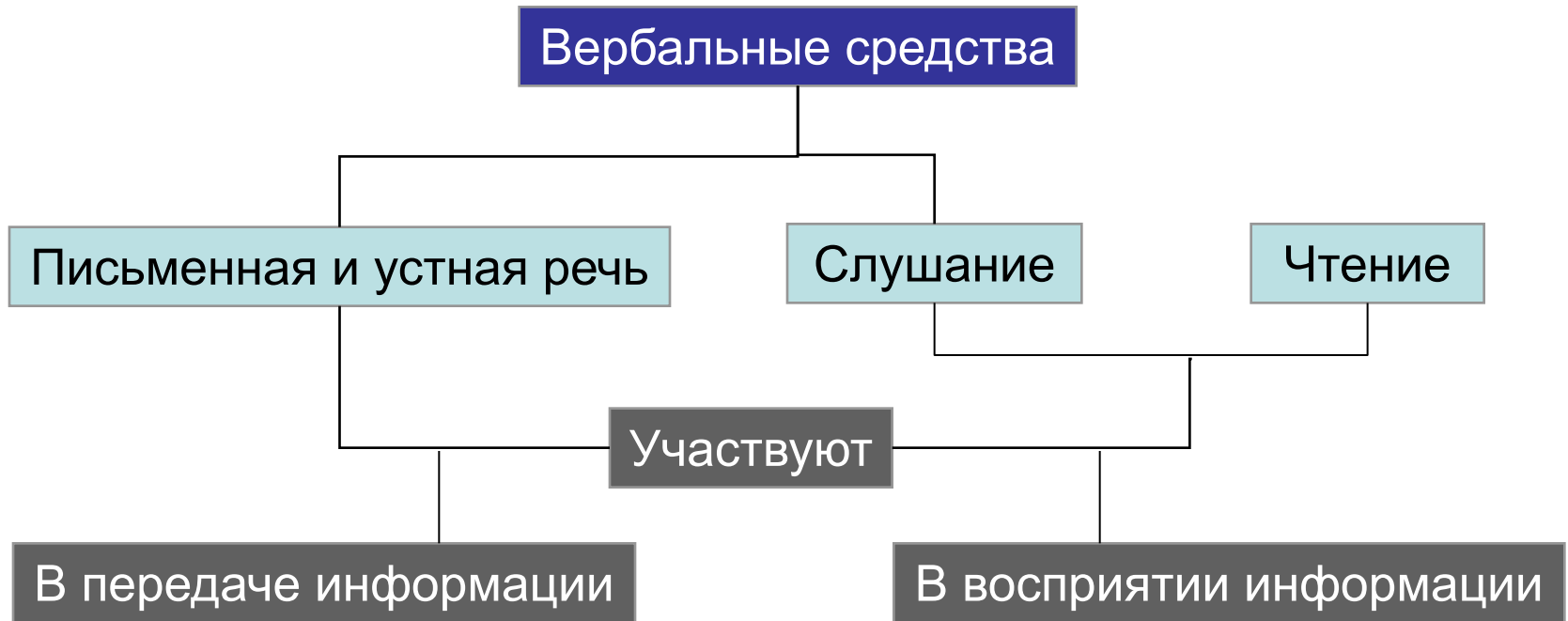
человеческая речь –

естественный звуковой язык,
то есть система
фонетических знаков;

Невербальные

- Общение посредством неречевых знаковых систем
- Передают отношение к партнеру по общению
- Отражают психологическое состояние и служат средством его выражения

Классификация вербальных средств



Системы организма, участвующие в невербальной коммуникации



Визуальная

- жесты;
- мимика, позы;
- кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение);
- пространственно-временная организация общения;
- контакт глазами (визуальный контакт);
- вспомогательные средства общения



Акустическая

- паралингвистическая система (система вокализации)
 - темп голоса
 - диапазон
 - тональность
- экстралингвистическая система
 - включение в речь пауз
 - покашливание
 - смех
 - плач
 - темп речи



Тактильная

- прикосновения
- пожатие рук
- объятия
- поцелуи



Ольфакторная

- приятные и неприятные запахи окружающей среды
- естественные и искусственные запахи человека

Классификация невербальных средств общения



Кинесические средства общения

- **Поза** - положение человеческого тела, типичное для данной культуры
- **Жесты** — разнообразные движения руками и головой, смысл которых понятен для общающихся сторон
- **Мимика** — движения мышц лица
- **Походка** — стиль передвижения, который отражает его эмоциональное состояние

Классификация жестов

Жесты

Коммуникативные

Приветствия

Прощания

Привлечения
внимания

Запреты

Утвердительные

Отрицательные

Вопросительные

Модальные
(выражающие
оценку и
отношение)

Одобрения

Неудовлетворения

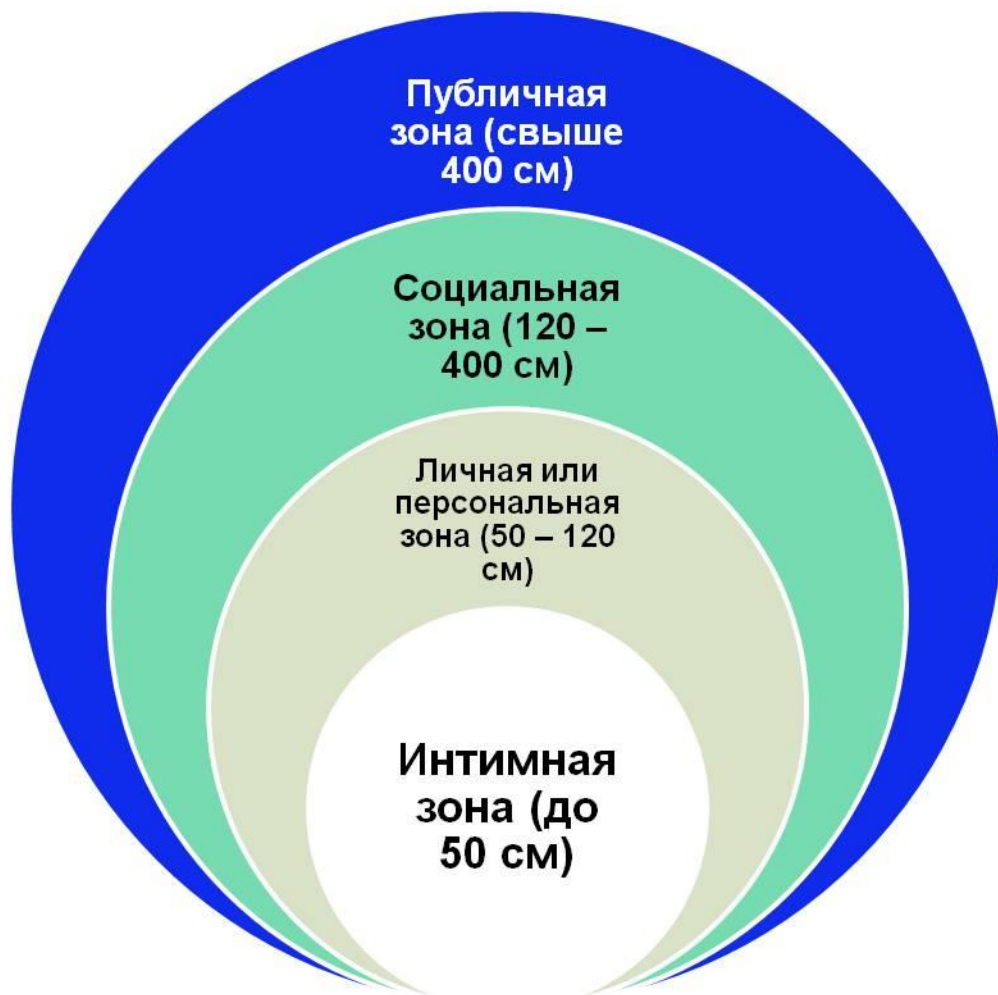
Доверия и
недоверия

Растерянности

Описательные

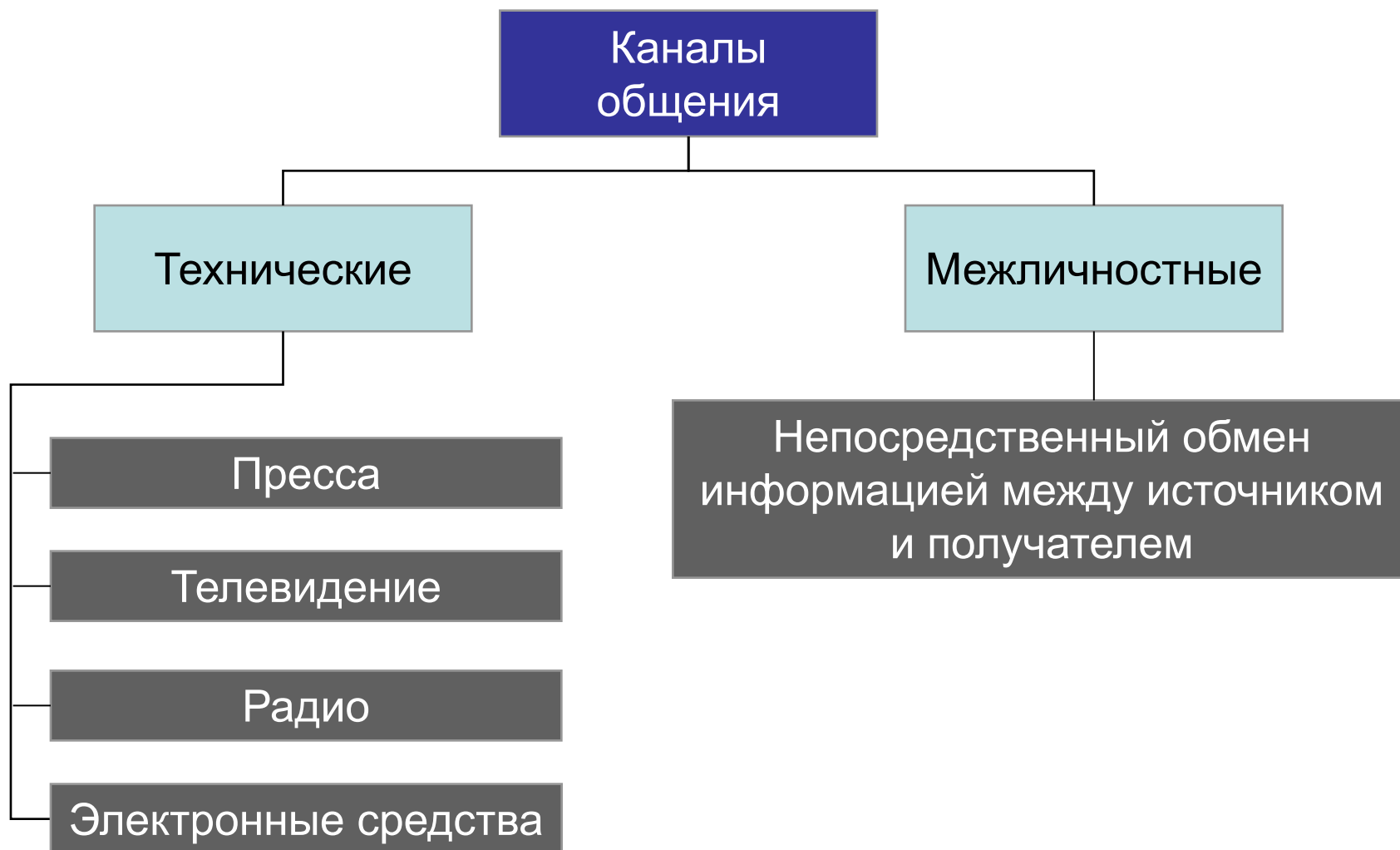
**ИМЕЮТ СМЫСЛ
ТОЛЬКО В
КОНТЕКСТЕ
РЕЧЕВОГО
ВЫСКАЗЫВАНИЯ**

Пространственные зоны в человеческом контакте



- **Интимная зона**
 - допускаются лишь близкие, хорошо знакомые люди
 - доверительность, негромкий голос в общении, тактильный контакт, прикосновения
- **Личная зона**
 - для обыденной беседы с друзьями и коллегами
 - визуально-зрительный контакт между партнерами, поддерживающими разговор
- **Социальная зона**
 - во время встреч в кабинетах и других служебных помещениях с малознакомыми и незнакомыми людьми
- **Публичная зона**
 - общение с большой группой людей — в лекционной аудитории, на митинге

Классификация каналов общения



Иерархия каналов коммуникации по эффективности воздействия



любой внешний, внутренний или семантический раздражитель, мешающий процессу обмена информацией

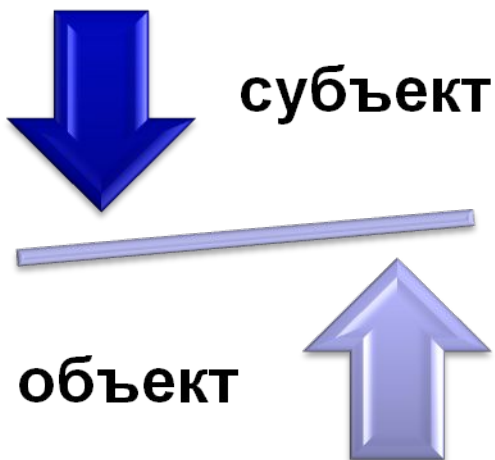
- **Внешние** — предметы, звуки и другие стимулы окружающей обстановки, отвлекающие внимание людей от того, что говорится или делается;
- **Внутренние** — мысли и чувства, интерферирующие с коммуникационным процессом;
- **Семантические** - значение, непреднамеренно переданное посредством некоторых символов и препятствующее точности декодирования.

Контекст

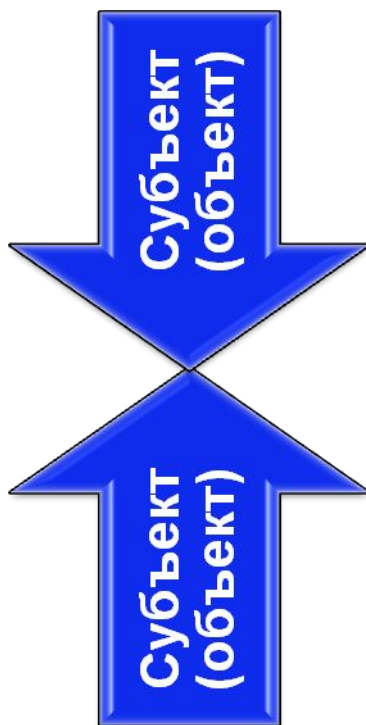
физическое, социальное, историческое, психологическое и культурное окружение, в котором проходит процесс коммуникации

- **Физический** — включает местоположение коммуникационного процесса, условия окружающей среды (температуру, освещение, уровень шума), физическое расстояние между участниками и время суток;
- **Социальный** — включает в себя цель коммуникации и уже существующие взаимоотношения между участниками;
- **Исторический** - включает в себя связи, сформировавшиеся между участниками в предыдущих коммуникационных эпизодах и влияющие на понимание в текущей ситуации;
- **Психологический** – включает в себя настроения и чувства, которые каждый из собеседников привносит в общение;
- **Культурный** - включает в себя убеждения, ценности, отношения, социальную иерархию, религию, роли групп и понятие времени.

Предметная деятельность



Общение



Предметная деятельность

- жёсткая и однозначная дифференциация субъекта и объекта

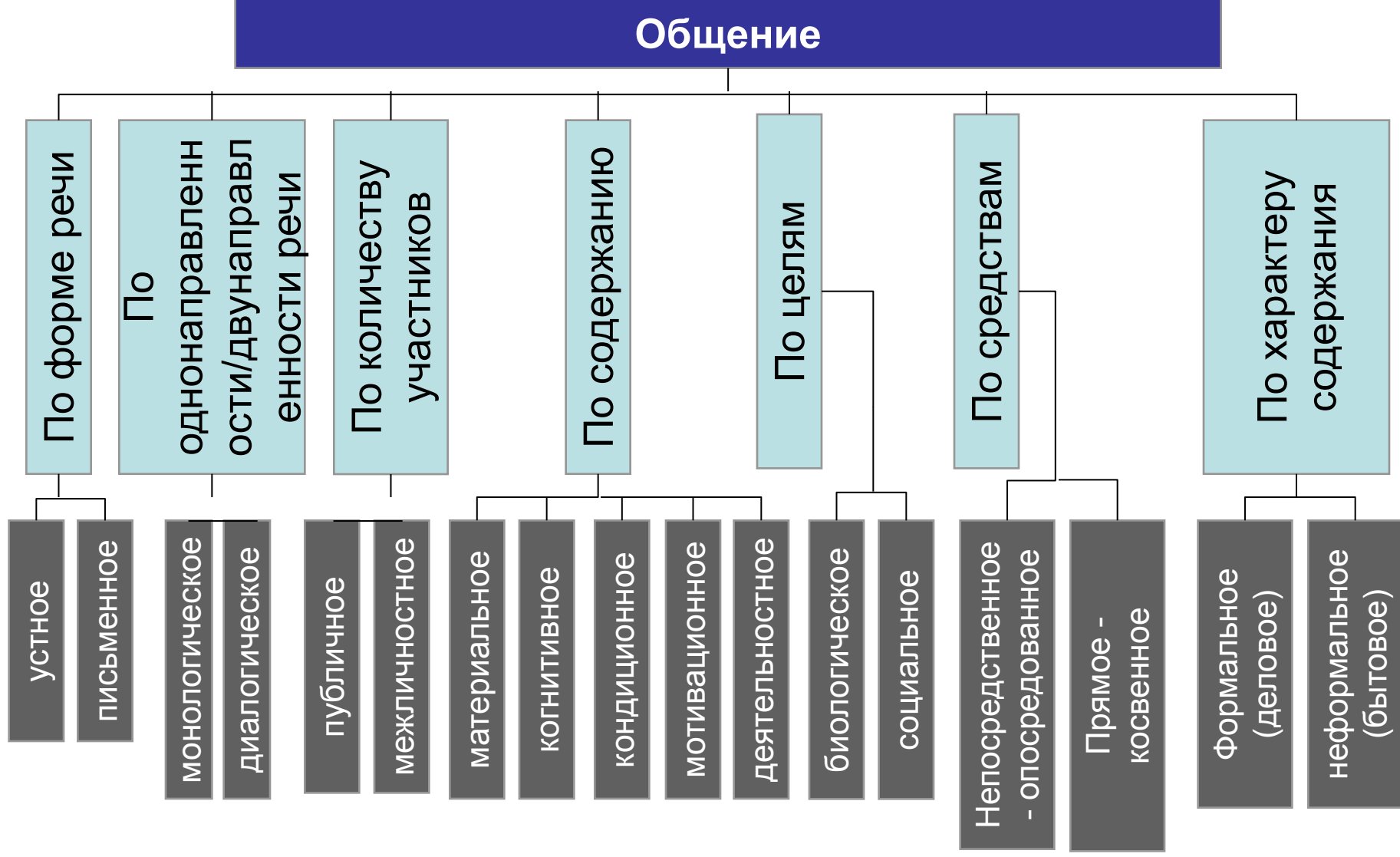
Общение

- обе стороны взаимодействия представлены равноправными активными субъектами, каждый из которых является одновременно и субъектом, и объектом

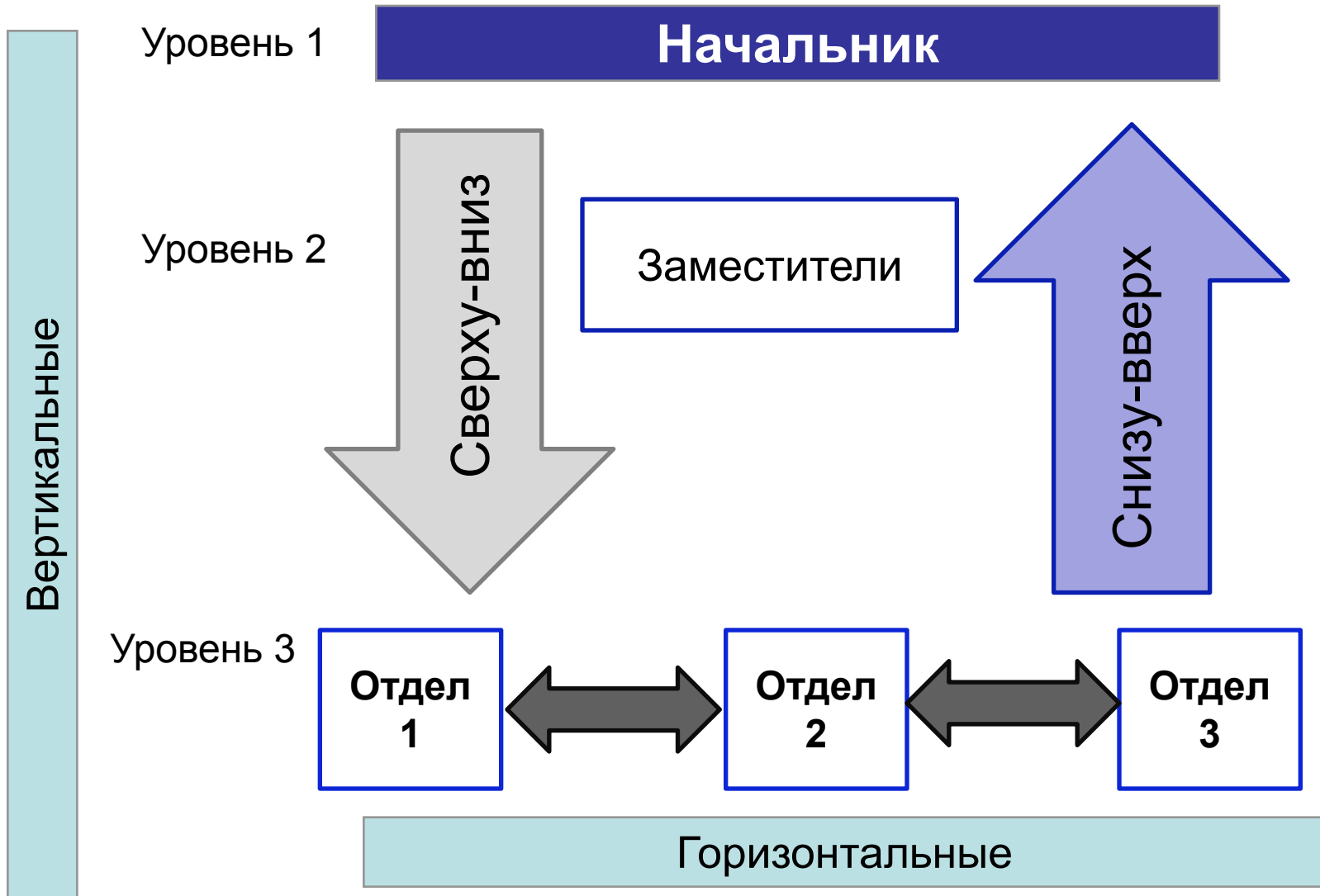
2 вопрос

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ. СПЕЦИФИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Классификация видов общения



Виды коммуникаций в деловом общении



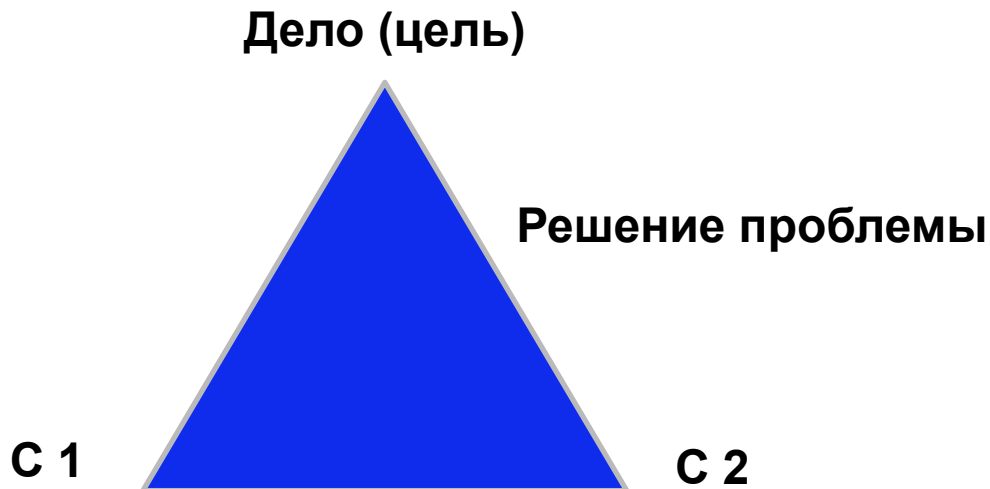
Специфика делового общения

Модель обыденного общения



- Предметом общения является *дело*, т.е. возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта

Модель делового общения

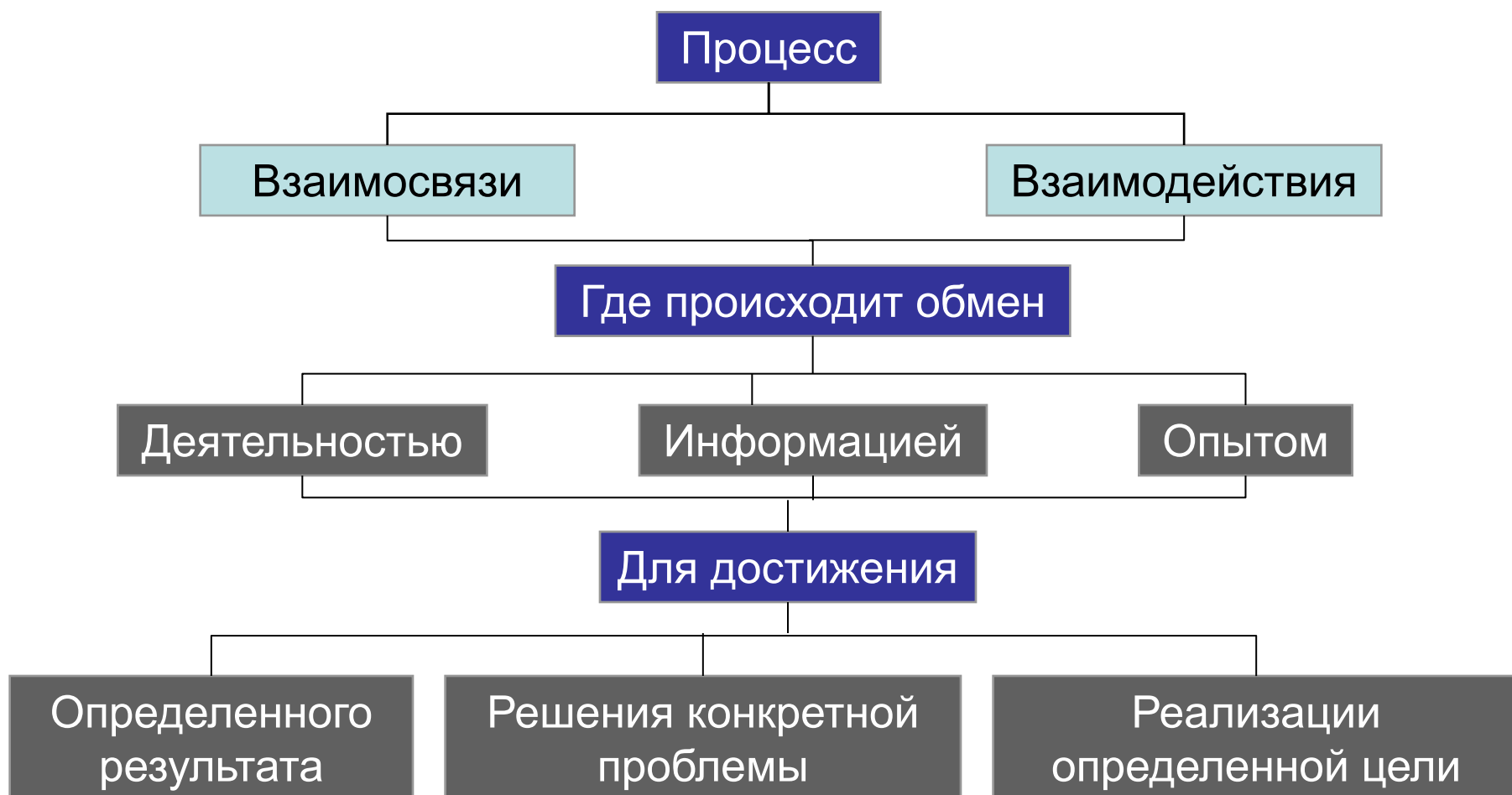


- Партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта

Конечные цели делового общения

- Взаимопонимание
- Деньги
- Дело
- Деятельность
- Результат
- Продуктивное сотрудничество

Деловое общение - это



3 вопрос

ФОРМЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Особенности форм деловой коммуникации

Цель проведения

- зачем?

Контингент участников

- кто? с кем? для кого?

Регламент

- как долго?

Коммуникативные средства реализации намерений

- как?

Организация пространственной среды

- где?

Ожидаемый результат

- какой? что "на выходе"?

Формы делового общения

Деловой разговор

- контакт людей в устной форме, касающийся деловой деятельности и ее различных аспектов: производственного, творческого и иных направлений
- не обязательно должен осуществляться посредством личного общения, могут применяться и технические средства, например телефон, Интернет, видеотехника

Деловая беседа

- рассмотрение в течение более длительного периода времени каких-либо проблем, которые определены заранее
- возможна только при непосредственном контакте ее участников

Деловая переписка

- служебное послание в виде официального документа, а также в форме запросов, предложений, претензий, поздравлений и ответов на них

Деловое совещание

- дискуссия с целью разрешения организационных задач, включающая в себя сбор и анализ информации, а также принятие решений

Деловые переговоры

- деловое общение с целью устранения противоречий между собеседниками и выработки общего решения

Публичное выступление

- непосредственное речевое воздействие выступающего на аудиторию

Устные и письменные распоряжения

Информирование сотрудников



Виды деловых совещаний

По форме организации

- диктаторское (ведущая роль принадлежит руководителю)
- сегрегативное (доклады участников заранее планируются)
- дискуссионное (свободный обмен мнениями и информацией с последующим утверждением решения руководителем)
- кулуарное (продолжение другого совещания)

По целевой установке

- информационное (доклад о текущей работе)
- направленное на принятие решений
- творческое (цель - поиск новых идей и путей развития)

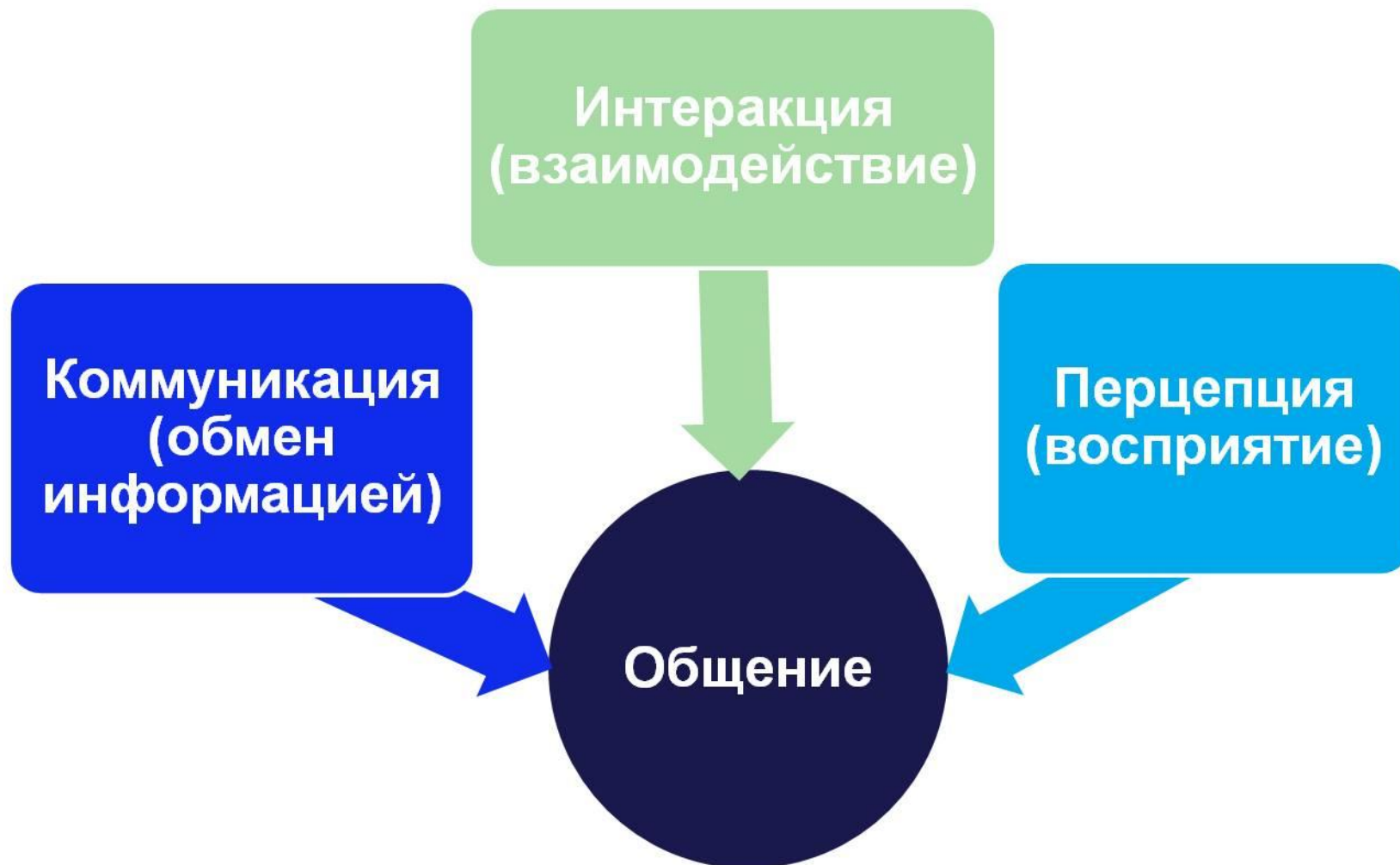
Отличительные признаки деловых переговоров

- В деловых переговорах принимает участие не менее двух сторон, каждая из которых преследует свои интересы;
- Согласование интересов по результатам переговоров является главной их целью;
- После проведения переговоров результат обязательно фиксируется в каком-либо юридическом документе.

4 вопрос

ФУНКЦИИ И СТОРОНЫ ОБЩЕНИЯ

Структура общения



Приобретенные знания

- Определение понятия «общение»
- Знание основных элементов процесса общения
- Знание видов общения
- Знание отличия делового общения от обыденного
- Знание форм делового общения, их отличительных особенностей
- Знание структуры общения
- Знание сущности трех сторон общения

Вопросы для самопроверки

- Дайте определение общения, назовите основные его функции.
- Какова структура общения?
- Какие Вы знаете виды общения?

Рекомендуемая литература

1. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др.; Под ред. проф. В. Н. Лавриненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. - 279 с.
2. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений: учебник для студ. вузов / А.Я. Кибанов, Захаров Д.К., Коновалова В.Г. — М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Лукаш Е.Ю. Профессиональная этика: Искусство общения с людьми: Учебное пособие. — Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 224 с.

Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.