

**КОММУНИКАТИВНАЯ
СТОРОНА ДЕЛОВОГО
ОБЩЕНИЯ**

Коммуникативная сторона – это

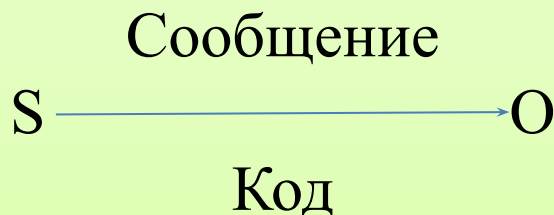


- ОБМЕН
ИНФОРМАЦИЕЙ
ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ
НА **ВЕРБАЛЬНОМ** И
НЕВЕРБАЛЬНОМ
УРОВНЯХ

Акт коммуникации не состоится, если сообщение не будет реализовано в каком-то коде. Ведь сообщение не может быть абстрактным куском смысла, оно обязательно воплощается в какой-то материальной форме - в письме, устном пересказе, в последовательности размахивания сигнальными флажками и т.

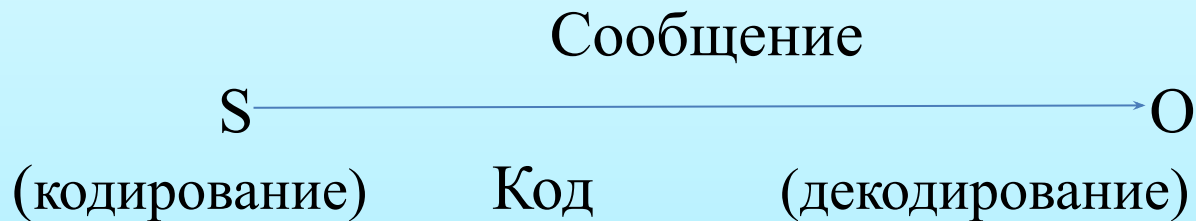
д.

Форма, которая служит для материального воплощения сообщения, называется в теории коммуникации **КОДОМ**.



В обычной коммуникации между людьми таким кодом является язык.

Элементы коммуникативного акта



Передатчик находится на входе в канал связи, а приемник
- на выходе.

Функции невербальных средств общения

1). Дополнение к речевой информации.

2). Транслируют отношение партнеров к передаваемой информации, их психологическое состояние.

3). Замещение речи

Основные элементы коммуникативного процесса:

- Передатчик, отправитель, субъект, адресант (лицо, передающее информацию, называют **коммуникатор**).
- Сообщение - осмысленная информация, передаваемая в виде предложения или условного знака.



- Приемник, получатель, субъект, адресат (лицо, или группа лиц, принимающих сообщение – **реципиент**)
- Канал – средство передачи информации от **коммуникатора к реципиенту**. Канал может быть непосредственным или опосредованным (с помощью техн. устройств)

Невербальные средства общения

Установлено, что от 60 до 80 процентов информации человек получает через невербальные (неречевые) средства общения.

Виды невербальных средств общения:

1. **Кинесика** – внешние проявления человека: мимика (движения мышц лица), пантомимика (движения тела – осанка, походка, позы), жесты и взгляд.
2. **Такесика** – прикосновения (рукопожатия, дотрагивания, обнимания, поцелуи и др.)
3. **Экстралингвистика** – речевые паузы, кашель, плач, смех.
4. **Паралингвистика** – громкость, тембр голоса, ритм, высота звука.

Виды невербальных средств общения:

5. Проксемика – расположение партнеров в пространстве и времени. Выделяют следующие пространственные дистанции:

- 1) интимная (от 0 до 45 см);
- 2) личная (от 45 см до 120 см);
- 3) социальная (от 120 см до 400 см);
- 4) публичная (от 400 см до 750 см).

Э. Холл выделил расстояния приближения партнеров, характерные для различных ситуаций общения.

1. Дружеское



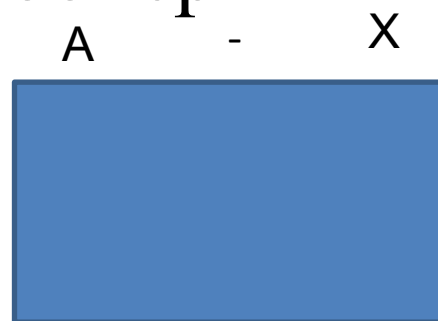
2. Конкурирующее



3. Независимое



4. Кооперативное



Ориентация и угол общения —
проксеимические компоненты
невербальной системы.

- Ориентация, выражаемая в повороте тела и носка ноги в направлении партнера или в сторону от него, сигнализирует о направлении мыслей.
Позиции общающихся сторон за столом определяются характером общения.

Выделяют следующие позиции общения за столом:

- Сопернический (оборонительный)
- характер
- Дружеская беседа
- Кооперативное поведение
- Независимая позиция

-



Вербальные средства общения



- *Вербальная коммуникация* включает в себя два взаимосвязанных процесса: производства сообщений деловыми партнерами (процессы говорения и понимания произносимых слов, суждений) и восприятия ими этих сообщений (процесс слушания и интерпретации услышанного).

Основные характеристики деловой речи:

- *1. Точность и ясность высказывания;* следует избегать в деловой речи употребления слов-паразитов («так», «значит», «вот» и др.), просторечных, жаргонных слов, штампов и канцеляризмов;
- *2. Краткость устной деловой речи.* Слова, которые не несут никакой смысловой нагрузки, желательно исключить из делового разговора.
- *3. Доступность* передаваемого сообщения, простота построения фраз и речевых конструкций.

Любой естественный язык имеет сложную структуру, составными частями которой являются:

- литературный язык, в котором выражена языковая норма;
- просторечье;
- профессиональная лексика;
- ненормативная лексика.

Речевая культура в деловом общении выражается в оценке уровня мышления собеседника, его жизненного опыта и в обращении к собеседнику на понятном для него языке.

Вербальные барьеры

1. Барьеры непонимания:

- фонетическое непонимание;
- стилистическое;
- логическое;
- семантическое.

2. Барьеры социально-культурного различия

3. Барьер отношения.

Барьеры непонимания

- ❖ **ФОНЕТИЧЕСКОЕ** – проявляется через особенности произношения слов (плохая дикция, скороговорение, повышенный тон, невнятная речь), поэтому чтобы быть понятым надо говорить достаточно громко, внятно.
- ❖ **ЛОГИЧЕСКОЕ** – может возникнуть тогда, когда партнеры обладают неодинаковым типом мышления, его проявление возможно путем уяснения особенностей мышления коммуникатора и учета этих особенностей.
- ❖ **СТИЛИСТИЧЕСКОЕ** – заключается в том, что деловая коммуникация передается слишком утяжеленным книжным или канцелярским стилем, либо стиль речи говорящего не соответствует ситуации общения или состоянию того, кто слушает.
- ❖ **СЕМАНТИЧЕСКОЕ** – возникает при использовании деловыми партнерами одних и тех же понятий для обозначения разного содержания. Преодолеть семантический барьер можно уточнением в начале коммуникации смыслового содержания употребляемых в речи профессиональных понятий, иностранных терминов или других выражений.

Преодолению вербальных барьеров способствуют следующие приемы эффективного слушания:

1) внимание - минимизация отвлечений, попеременный кратковременный визуальный контакт глаз, принятие положительной позы («я — весь внимание»);

2) нерефлексивное слушание предполагает минимальное вмешательство в деловую речь партнера и включает минимизацию ответов и

Приемы слушания:

- 3) *рефлексивное слушание* предполагает установление обратной связи с деловыми партнерами через уточнение, перефразирование сообщений и высказываний делового партнера, отражение его чувств и резюмирование (обобщение услышанной информации);
- 4) *память* - способность воспринимать, сохранять и воспроизводить информацию. Обработка информации в памяти происходит на трех уровнях: сенсорном, кратковременном, долговременном;

- ***Сенсорная память*** воспринимает информацию, связанную с сенсорными следами (к примеру, резкими звуковыми раздражителями) в пределах одной секунды.
- ***Кратковременная память*** связана с емкостью внимания делового партнера и обычно не превышает тридцати секунд.
- ***Долговременная память*** связана не только с восприятием новой информации, но и с ее тщательной обработкой, установлением ассоциаций с уже накопленной информацией.

Приемы слушания:

5) *установка* предполагает позитивное эмоциональное отношение к деловому партнеру как к личности. Она включает в себя одобрение, самоодобрение (внутреннее согласие партнера с самим собой, со своими убеждениями и представлениями), эмпатию (сопереживание чувствам другого партнера, как если бы они были собственными чувствами)

- *«Я нехороший — ты хороший».*

Такая установка типична для людей с комплексом неполноценности, чувствующих себя бессильными по сравнению с другими. Они часто стремятся избегать тесных контактов с окружающими либо прилипают, как паразиты, к сильным личностям. Часто такие люди пребывают в состоянии депрессии.

- *«Я нехороший — ты нехороший».*

Эта установка ведет к саморазложению личности, порождает чувство безнадежности и потерю интереса к жизни. Люди с такой установкой легко раздражаются, подвержены тяжелым депрессиям и непредсказуемы.

Виды установок в общении

- *«Я хороший — ты нехороший».*

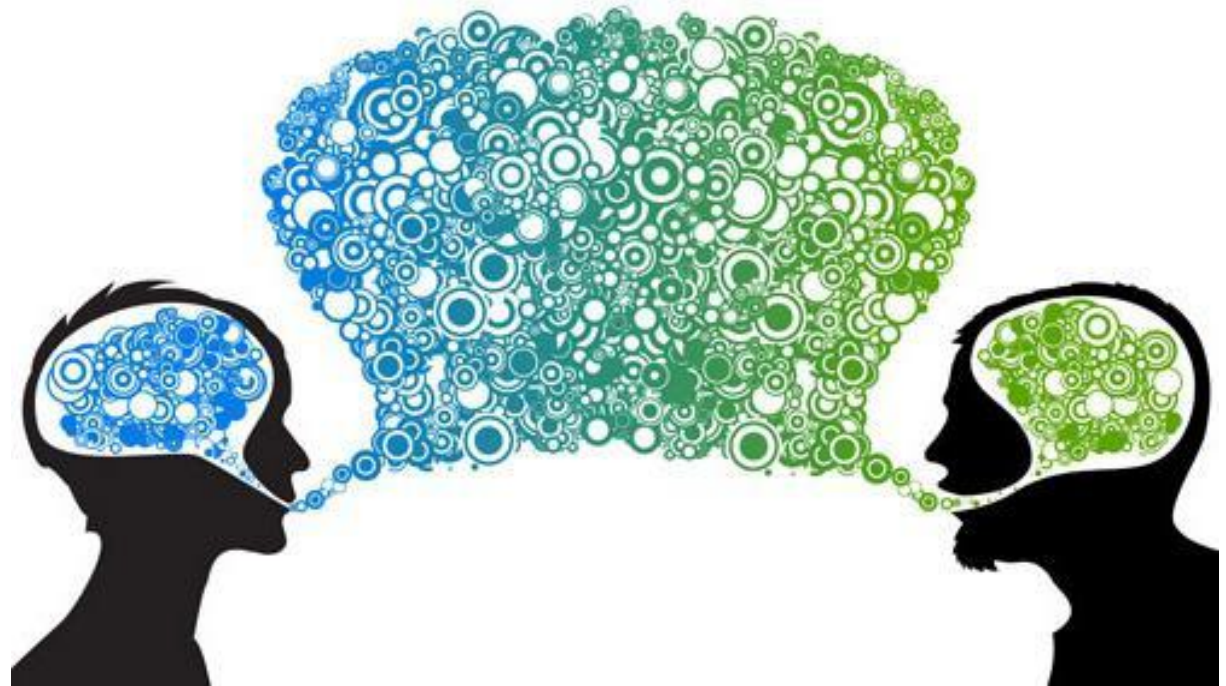
Эта установка характерна для тех, кто не способен к созидательному самоутверждению. Они сваливают ответственность за свои проблемы на других и пытаются в случае неудачи найти виновных среди коллег или подчиненных, выместить на них свою досаду. В этом случае мнимое самоутверждение происходит за счет унижения других, что аморально и малопродуктивно.

- *«Я хороший — ты хороший».*

Это самая нравственная и продуктивная установка. Люди с этой установкой знают себе цену и оценивают по достоинству других. Они трудятся и сотрудничают конструктивно.

Важную роль в коммуникативном процессе играет *обратная связь* – информация, содержащая реакцию реципиента на поведение коммуникатора.

Использование обратной связи является одной из важнейших коммуникативных способностей человека.



Понятие обратной связи пришло в теорию коммуникаций из кибернетики, где оно обозначает, в упрощенном виде, реакцию систем на воздействие. Различают:

- а) положительную обратную связь**
- б) отрицательную обратную связь.**

Положительная обратная связь – восприятие и возвращение сигнала в неизменном виде, т.е. адресат поддерживает тему коммуникации и разговор может успешно продолжаться.



Отрицательная обратная связь – изменение воспринятого сигнала или неприятие сигнала, т.е. адресат не поддерживает тему коммуникации или саму коммуникацию, предлагаемую адресантом.



Коммуникативная ошибка – это неверная, ошибочная интерпретация сообщения получателем. Ошибка может произойти из-за сильных шумов или из-за плохого знания кода получателем и т.п. При этом сам акт коммуникации все-таки состоялся.

Коммуникативная неудача – это полный провал коммуникации, когда коммуникативный акт подразумевался, но не состоялся.

Такой конфуз происходит чаще всего по техническим причинам: сообщение было неправильно закодировано, не дошло из-за сбоя в канале связи, неправильно работал декодер, был неправильным код, были критически велики шумы, был неправильно настроен приемник получателя и т.п.

Контекст – это зависимость текста коммуникации от тематики предшествующей коммуникации, включенность данного текста в определенную тематическую систему значения.

Контекст – это обстоятельства, предшествующие или сопровождающие коммуникативный акт.

Конситуация, или ситуативные факторы, – это невербальные обстоятельства, сопутствующие коммуникации. К ним относятся действия коммуникантов, условия общения, обстановка речи и т.п.

Конситуация обеспечивает успешность коммуникативного акта.

Формы реализации делового разговора



Деловая беседа - общение деловых партнеров ограничено формально-ролевыми и пространственно-временными рамками, в деловой беседе осуществляется не только обмен информацией между деловыми партнерами, но и направленное психологическое воздействие на всех этапах деловой беседы, включает пять этапов: начало беседы, передачу информации, аргументирование, подведение итогов, принятие решений.

Формы реализации делового разговора



Деловое совещание - форма деловой коммуникации, когда необходимо совместное коллективное обсуждение какой-либо социально значимой проблемы.

Типы делового совещания:

- оперативные* — по решению ситуационных вопросов;
- организационные* — по координации действий структурных подразделений;
- планирующие* — определяющие стратегию и тактику деятельности;
- мотивационные* — по стимулированию производительности труда;
- контролирующие* — по контролю за результатами деятельности.

Формы реализации делового разговора

- *Деловые переговоры;*
- *пресс-конференция;*
- *презентация.*

