

**КОММУНИКАТИВНАЯ  
СТОРОНА ДЕЛОВОГО  
ОБЩЕНИЯ**

# Коммуникативная сторона – это

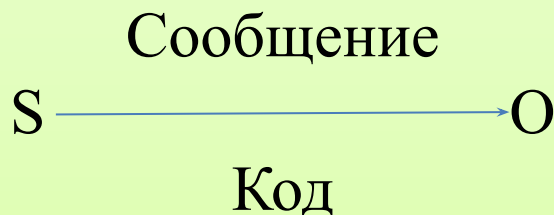


- ОБМЕН  
ИНФОРМАЦИЕЙ  
ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ  
НА **ВЕРБАЛЬНОМ** И  
**НЕВЕРБАЛЬНОМ**  
УРОВНЯХ

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.

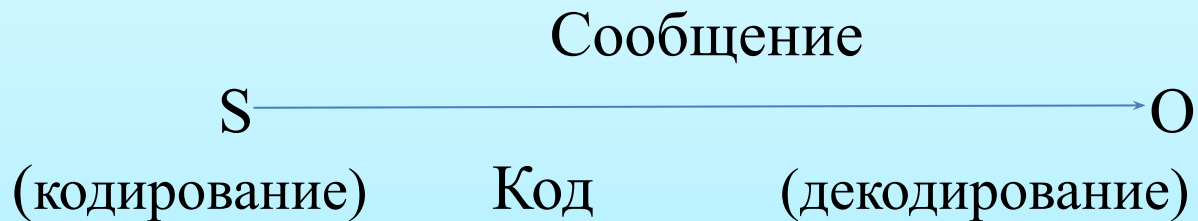
д.

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).

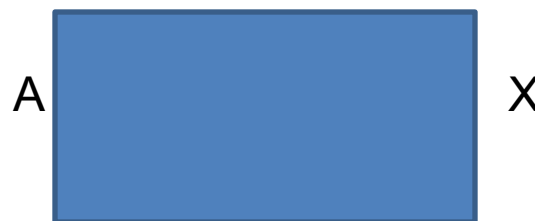


Э. Холл выделил расстояния приближения партнеров, характерные для различных ситуаций общения.

1. Дружеское



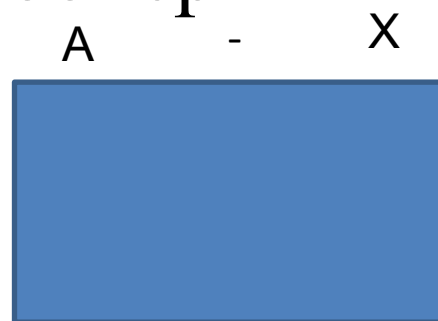
2. Конкурирующее



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».*

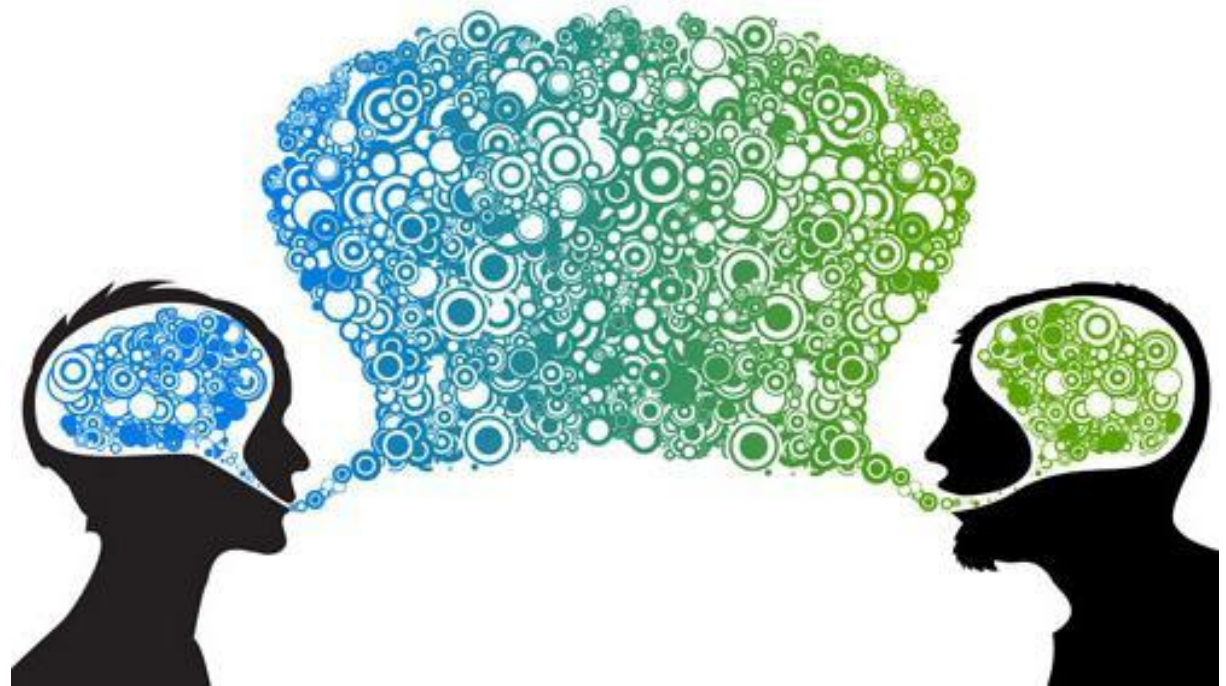
Эта установка характерна для тех, кто не способен к созидательному самоутверждению. Они сваливают ответственность за свои проблемы на других и пытаются в случае неудачи найти виновных среди коллег или подчиненных, выместить на них свою досаду. В этом случае мнимое самоутверждение происходит за счет унижения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

