

ОСНОВЫ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ



Музей коммуникаций во Франкфурте





Деловые коммуникации



ЛЕКЦИЯ

Коммуникация, общение, деловая коммуникация. Понятие и сущность.

ВОПРОСЫ

- 1. Коммуникация и общение. Понятие и сущность.**
- 2. Деловая коммуникация. Понятие и сущность.**
- 3. Деловые коммуникации, их особенности, структура, виды и формы.**

а) основная литература:

- 1. Абельская, Р. Ш. Теория и практика делового общения для it-направлений : учеб. пособие для вузов / Р. Ш. Абельская ; под научной редакцией И. Н. Обабкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 111 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-10091-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442030>
- 2. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425851>
- 3. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/43205>

4. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 466 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —

URL: <https://biblio-online.ru/bcode/444387>

5. Ратников, В. П. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников ; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 527 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3496-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425857>

6. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 460 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3684-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426318>

б) дополнительная литература:

1. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры : практ. пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Серия : Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431323>

**1. Коммуникация и общение.
Понятие и сущность.**

Коммуника́ция (от лат. *communicatio* — сообщение, передача; от лат. *communico* — делаю общим)

Таким образом, главными смысловыми значениями слова «коммуникация» являются связь, сообщение и общение.

- **Коммуникация** — эффективное синхронное взаимодействие, цель которого состоит в передаче информации от одного субъекта к другому.
- **Коммуникация (общее)** — взаимодействие, связь, общение между живыми существами

Коммуникация (социальные науки) — научная дисциплина о социальном процессе «коммуникации/взаимодействия/интеракции», а также сам этот процесс и его результаты.

Коммуникация (психология) — обмен информацией между живыми организмами (общение).

Массовая коммуникация — процесс производства и воспроизводства массового сознания, средствами массовой коммуникации — периодической печатью, радио и телевидением, средствами электронной коммуникации.

Инженерные коммуникации — комплекс систем, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность потребителей.

В настоящее время нельзя привести определения понятия коммуникации, которое было бы общепризнанным

Основные значения этого понятия:

1. Универсальное: коммуникация – это способ связи любых объектов материального и духовного мира.

2. Техническое: коммуникация – путь сообщения, связь одного места с другим, средства передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое.

3. Социальное: коммуникация – это многообразные связи и отношения,



Коммуникация – это обмен мыслями, сведениями, идеями; передача содержания от одного сознания (коллективного или индивидуального) к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях .

Понятие коммуникации близко понятию общения, иногда они употребляются как тождественные.

Слово общение носит социальный характер, оно является неотъемлемой стороной социального взаимодействия людей. Общение – специфически русское понятие.

Общение – это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности.

Некоторые считают, что общее в коммуникации и общении заключается в том, что и в одном и другом случае происходит процесс обмена информацией,

а различие только в названиях: слово «коммуникация» происходит из латинского языка, а в «общение» – из праславянского. Понятия «общение» и «коммуникация» близки по содержанию, но не тождественны.

- Мы можем сказать после встречи с друзьями – «хорошо пообщались», можно сказать, что ребенку не хватает общения с родителями, поскольку те постоянно заняты, а можно ли сказать «ребенку не хватает коммуникации с родителями», не говоря уж о встрече с друзьями.
- **Даже молчание может быть общением, чего нельзя сказать о коммуникации.**
- Общение носит социальный характер, но **общаться человек может не только с другим человеком, или с группой людей, а также и с другими субъектами, не относящимися к роду человеческому, например, с животными**



Общение богаче, чем коммуникативный процесс.

Оно связывает людей не только передачей информации, но и практическими действиями, элементами взаимопонимания, чувствами и эмоциями.





Французский писатель, поэт и профессиональный лётчик Антуан де Сент Экзюпери (1900 – 1944) сказал, что самая большая роскошь на свете - это роскошь человеческого общения.

В коммуникации главное – передача информации.

Коммуникации проявляются в наличии информационных связей.

Если информационные связи нарушены или их нет вообще, нет, и не может быть коммуникаций.

Общение обязательно предполагает коммуникацию в качестве одного из элементов, но не сводится только к ней.



Человек, единственный из всех живых существ, «способен просвещаться беспредельно» и именно в этом и состоит его превосходство над всеми другими.

Но «просвещаться беспредельно», то есть развиваться бесконечно, совершенствуя свой разум, человек может только при условии общения с другими людьми: «Лишенные общения с другими сознаниями, мы мирно щипали бы траву, а не рассуждали бы о своей природе»

Человека разумного (homo sapiens sapiens) с не меньшим основанием его можно назвать homo communicants – человеком, осуществляющим коммуникацию, то есть общающимся.

Коммуникация – это способ формирования человеческой личности, условие нормального развития человека как члена общества, условие его духовного и физического здоровья, способ познания других людей и самого себя.

Вне общения человек как личность сформироваться не может.

Никакая сфера человеческой деятельности невозможна без

коммуникации

Главный фактор, который обусловил резкий рост исследований в области коммуникации, - это развитие технических средств передачи информации.

В основе развития новых средств коммуникации лежали такие науки как кибернетика, информатика, семиотика (изучает различные знаковые системы, хранящие и передающие информацию), инженерные науки.

Развитие средств коммуникации теснейшим образом связано с развитием большого бизнеса и глобализацией, одно без другого

CALL





2. Деловая коммуникация. Понятие и сущность.

По содержанию и целям выделяют неделовое общение и деловые коммуникации (деловое общение)

Деловая коммуникация представляет собой **обмен информацией интеллектуального и эмоционального содержания, значимой для участников общения для достижения целей совместной деятельности.**



- Цель неделового или личностного общения является оно само.
- По содержанию неделовое общение, связано с решением внутренних психологических проблем: разрешением внутреннего конфликта, обсуждением происходящего вокруг, выражением своего отношения к этому, поиском смысла жизни и т. д

- Содержанием делового общения являются производственные вопросы.
- Целью делового общения является повышение эффективности совместной деятельности.

Деловое общение является деловой коммуникацией.

Деловая коммуникация относится к социальной коммуникации – специфической форме взаимодействия людей по обмену информацией, осуществляющейся при помощи разнообразных знаковых систем.

- **Социальные основы деловых коммуникаций заключены в деятельности людей, поскольку совместное осуществление любого дела предполагает взаимодействие определенного количества людей.**
- **Взаимодействие осуществляется посредством их общения, которое носит деловой характер, направленный на осуществление данного вида деятельности.**

- **Деловые коммуникации, деловое общение людей производны от их деятельности.**
- **Деловые коммуникации возникают и осуществляются во всех областях человеческой деятельности – в бизнесе, политике, культуре, спорте, образовании, и на всех уровнях, начиная от рядового сотрудника и до высшего руководства.**
- **Деловые коммуникации людей универсальны и в то же время разнообразны, как и их деятельность.**

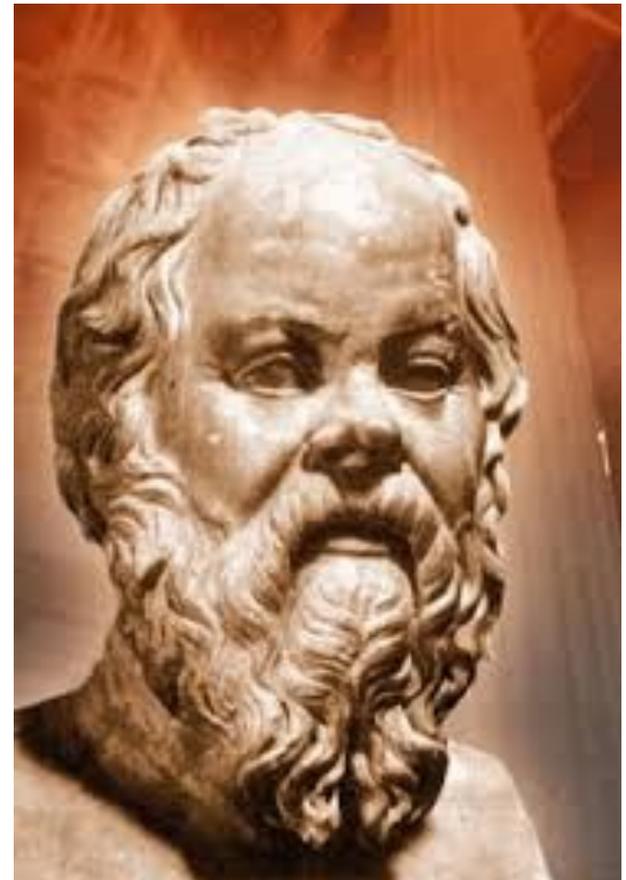
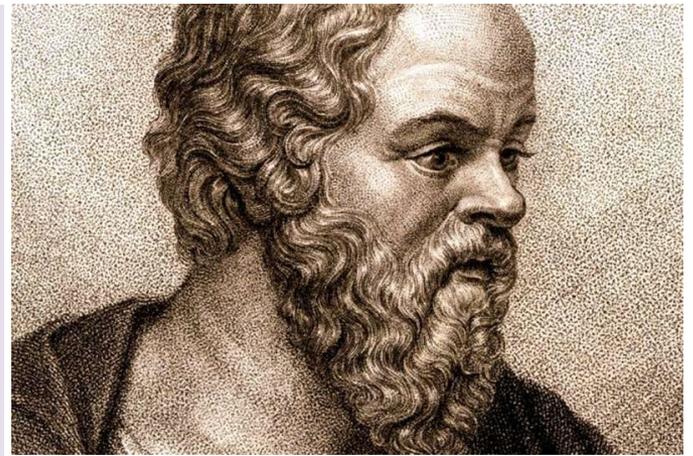
Любая деятельность людей всегда осуществляется в рамках соответствующих общественных отношений (общественная или частная собственность и рыночная экономика).

Особенность деловых коммуникаций заключается в том, что, несмотря на все социально обусловленные особенности, они сохраняют свои основные сущностные характеристики.

Декорации меняются, но суть остается, и мы можем использовать коммуникативный опыт наших предшественников.

Нормы общения в конфликтных ситуациях выработывались на протяжении столетий.

- **Искусству вести беседу обучал еще великий мудрец Сократ, и недаром сократический метод используется с потенциальными покупателями и клиентами с целью склонить их к покупке товара или к заключению сделки, которые, возможно, им и не нужны.**



Социальными основаниями деловых коммуникаций является деятельность людей и существующие в нём общественные отношения.

- **Существуют свои особенности в содержании и характере деловых коммуникаций в разных сферах, в каждой из сфер жизни общества, определяемые содержанием и характером их деятельности.**
- **Но существуют и общие свойства и формы деловых коммуникаций, которые являются предметом прикладной науки «Деловые коммуникации».**

Наука «Деловые коммуникации»
носит прикладной характер и
базируется на результатах
исследования целого ряда других
научных дисциплин:

теория коммуникации,

этика,

социология,

общая и социальная психология,

лингвистика,

риторика...и многие другие.

- **Теория коммуникации** изучает структуру коммуникации, механизмы и общие закономерности информационного обмена.
- **Общая психология и психология личности** изучает деловые коммуникации в аспекте межличностных отношений.

Субъекты деловых коммуникаций – живые люди различных возрастов с их разносторонними физиологическими, психологическими, интеллектуальными и нравственными свойствами, с их знаниями, эмоциональным и волевым настроем, мировоззренческими и идеологическими установками и ценностными ориентациями.

Деловые совещания и собрания



Деловые коммуникации

осуществляются не только на

межличностном, но и на групповом

уровне, требуется привлечение

результатов исследования

социальной психологии - науки,

которая изучает закономерности

поведения и деятельности людей,

обусловленные их включением в

социальные группы, а также

психологические характеристики этих

- **Лингвистика** занимается проблемами вербальной коммуникации — возникновением и развитием языка и речи как важнейших средств человеческого общения.



Вербальные коммуникации

Используют в качестве знаковой системы человеческую речь.

Это устные и письменные сообщения.



- **Объект исследования дисциплины «Деловые коммуникации в информационной среде» – коммуникация как реальное явление в информационной среде.**
- **Предмет изучения дисциплины «Деловые коммуникации в информационной среде» – это социально-психологические, ценностные и организационно-технические проблемы людей в**

3. Деловые коммуникации, их особенности, структура, виды и формы

3. Деловые коммуникации, их особенности, структура, виды и формы.

Деловая коммуникация – это сознательное, адресное и информационное воздействие на партнеров по коммуникации (личность или группу).

Участниками, или субъектами деловых коммуникаций могут выступать как отдельные люди, так и группы людей, которые участвуют, или собираются участвовать в совместной деятельности.

Любая деловая коммуникация характеризуется

- **предметом,**
- **содержанием и**
- **целью.**

- **Предметом деловых коммуникаций могут быть любые проблемы во всех сферах жизни общества – экономической, социальной, политической, духовной, требующие для своего решения совместных усилий.**
- **В деловой коммуникации предметом общения является совместная деятельность (дело) или(проблемы в области совместной деятельности).**

- **Предмет деловой коммуникации определяет и ее содержание, то есть взаимодействие и обмен той информацией, знаниями, опытом, которые необходимы для решения конкретной проблемы.**

- **Деловая коммуникация направлена на достижения определенных целей**, которые поставлены ее участниками, и которые носят разнообразный характер:
 - эффективный обмен информацией,
 - установление сотрудничества,
 - налаживание деловых отношений,
 - заключение контракта,
 - совместную деятельность в той или иной области и т. д.

Причем **цели участников коммуникации могут и не совпадать.**

- **Деловая коммуникация имеет значение для партнеров по общению не сама по себе, а как способ организации и оптимизации вида предметной деятельности:**

производственной, научной, коммерческой и т.д.

- **В деловой коммуникации предметом общения является совместная деятельность (дело), в ходе которой партнеры по коммуникации всегда выступают как личности, значимые друг для друга для ее успешной реализации.**

- **В деловых коммуникациях не всегда можно выбирать в качестве деловых партнеров тех людей, которые вызывают симпатию.**
- **В процессе коммуникативного взаимодействия обычно ориентируются на достижение поставленной цели, а не на формирование личностных отношений (но и личностный фактор нельзя исключать из деловых отношений).**

- **Деловые коммуникации носят не эмоциональный, а рациональный характер, т.е. ориентированы на достижение определенных целей наиболее эффективным способом.**

В рамках деловых коммуникаций приходится не только сдерживать свои эмоции, но и демонстрировать чувства, наиболее соответствующие той или иной ситуации делового общения, даже при их отсутствии



- **Деловые коммуникации** носят **иерархический характер**, что отражается в необходимости соблюдения субординации в отношениях между начальником и



- **Субординация может носить строгий характер, как, например, на государственной службе, в правоохранительных органах.**
- В других сферах деятельности она может быть не столь заметна.
- **Во многих совместных фирмах копируется западный стиль общения между сотрудниками, когда все служащие компании обращаются друг к другу по имени и на «ты» вне зависимости о должности.**

- **Деловые коммуникации регламентированы, то есть, подчинены установленным правилам и ограничениям.**

Регламент - совокупность правил, определяющих порядок деятельности государственного органа, учреждения, организации; порядок проведения заседаний, конференций, совещаний, съездов и т.д.

Например, регламент проведения делового совещания устанавливает дату и время проведения совещание, его продолжительность, состав участников, порядок и время выступлений, порядок

- В современных деловых коммуникациях выработан регламент их проведения с ориентацией на наибольшую эффективность.
- Например, регламент телефонного разговора устанавливает его проведения в пределах 4 – 5 минут: от 1 мин до 1 мин.15 сек. – информационная часть, до 3 мин. – обсуждение проблемы

- Для каждого вида деловых приемов («Завтрак», «Обед», «Коктейль», «Фуршет», «Чай», «Ужин»), и форм деловых коммуникаций, таких как переговоры, беседы, совещания существует свой регламент проведения.
- Правила и ограничения процесса коммуникации, многообразны и определяются степенью официальности делового общения, которая обуславливает более или менее строгое следование определенным правилам общения.
- На соблюдение регламента влияют также национальные и культурные особенности участников общения, а также цели и задачи конкретной встречи, беседы, совещания

- **Поведение участников деловых коммуникаций определяется деловым этикетом.**
- **Этикетные правила устанавливают нормы поведения для всех участников, основанные на уважении к личности делового партнера.**
- **Деловой этикет предъявляет определенные требования к внешнему виду участников коммуникации, их одежде, манере разговаривать.**

Виды и формы деловых коммуникаций.

- **Деловые коммуникации** можно разделить на **внешние и внутренние**.
- **Внешние деловые коммуникации** – это коммуникации между организацией и внешней окружающей средой.

Внешние деловые коммуникации осуществляются с государственными и финансовыми органами, другими организациями, поставщиками, клиентами, партнерами, конкурентами, правоохранительными органами и т.д.



- **Внутренние коммуникации** – это любые коммуникации внутри организации, осуществляемые между различными уровнями и подразделениями.
- По направленности выделяют вертикальные и горизонтальные виды внутренних коммуникаций.
Движение информационных потоков обусловлено структурой организации.

К вертикальному направлению относятся нисходящие и восходящие коммуникации, т. е. коммуникации снизу вверх и сверху вниз.

- **Нисходящая коммуникация** - это сообщения, направляемые **высшим руководством руководителям низших уровней**, которые доводят информацию до подчиненных.

К нисходящим коммуникациям относятся:

- приказы,
- указания,
- информация о мероприятиях,
- критерии эффективности работы,
- оценка результатов работы и т.д.

- **Восходящие коммуникации** – это сообщения, посылаемые с низшего уровня организации на высший.

К восходящим коммуникациям относятся:

- отчеты о работе отдельных сотрудников или отдела;
- предложения, связанные с усовершенствованием работы и т. Д.

- **Горизонтальные коммуникации** – это различные формы общения между коллегами.
- Горизонтальные коммуникации представляют собой информационное взаимодействие сотрудников и подразделений одного уровня.
- **При передаче информации**, как по вертикали, так и по горизонтали, **возможны и потери информации, и ее искажения**, поэтому необходима обратная связь.

Классификация деловых коммуникаций на предприятии

По направленности

- **вертикальные**, направленные по нисходящей (от руководства подчиненным) и по восходящей (от подчиненных руководству);
- **Горизонтальные** (между различными отделами и подразделениями, находящимися на одном уровне управления).

По признаку формализации

- **формальные**, организуемые в соответствии с предписанной схемой движения информационных потоков на предприятии;
- **неформальные**, возникающие по мере необходимости и не предусмотренные схемой движения информационных потоков на предприятии

- По способу возникновения коммуникации, как внутри организации, так и вне ее, бывают двух видов: **формальные и неформальные.**
- **Формальные коммуникации** — это коммуникации, которые устанавливаются **при помощи правил, закрепленных в должностных инструкциях и внутренних нормативных**

- **Формальные коммуникации** связывают отдельные элементы организационной структуры, обеспечивая ее функционирование.

В процессе формальных коммуникаций сотрудникам необходимо соблюдать правила коммуникаций:

1. Все указания и распоряжения, поступающие по нисходящим каналам коммуникации, необходимо выполнять, даже в том случае, если они и кажутся нецелесообразными.

2. Нельзя обращаться к вышестоящему начальству с просьбой, жалобой, предложением и т. д., минуя непосредственного начальника.

При восходящей коммуникации такие действия квалифицируются как нарушение служебной этики, которые создают конфликтную ситуацию.

- **Неформальная коммуникация – это вид** внутриорганизационной коммуникации, при котором информационный обмен происходит **между сотрудниками организации вне их связи с производственными обязанностями и иерархией.**
- Результатом постоянных неформальных коммуникаций является интенсивный обмен мнениями и идеями относительно деятельности компании, что способствует ее успеху.

Эти коммуникации не возникают сами по себе, а создаются руководством и поддерживаются руководством успешных компаний.

Виды деловых коммуникации

формальные коммуникации

коммуникации, отражающие связи, необходимые для выполнения функций, полномочий

неформальные коммуникации

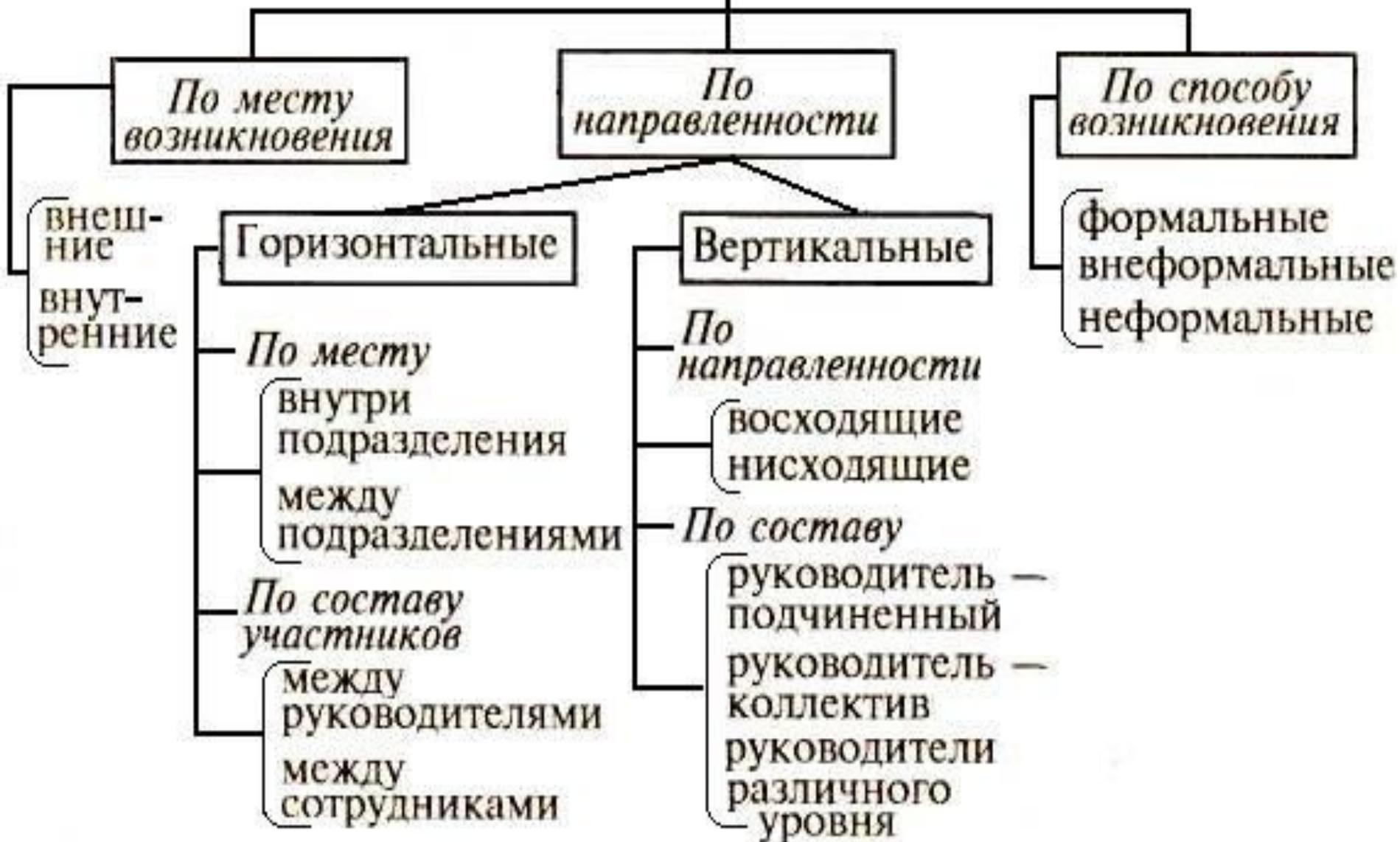
коммуникации возникают в процессе человеческого общения по различным интересам (канал слухов)

- **Вербальные коммуникации** реализуются посредством устных и письменных сообщений.
- **Устная передача информации** осуществляется в процессе речевого диалога, совещания, переговоров, презентаций, телефонного разговора, когда информация передается посредством голосовой связи.

Достоинством устных коммуникаций являются быстрота, спонтанность и возможность широкого использования невербальных сигналов одновременно со

- **Письменные коммуникации** реализуются через документы в форме писем, приказов, распоряжений, инструкций, положений, когда руководитель передает подчиненному письменные указания.
- **Невербальные коммуникации** – сообщения, посланные с помощью несловесных действий (мимика, жесты, позы, взгляд, манера, голосовые вариации и пр.). Невербальные коммуникации выражают отношение к партнеру по общению, к самому сообщению, к ситуации.

Коммуникации



Виды коммуникаций

Для деловых коммуникаций характерны следующие признаки:

- деловые коммуникации строго **целенаправленны**;
- **регламентированы** нормативными документами (положениями, приказами, уставами, распоряжениями и т.д.);
- **носят функционально-ролевой характер** с соблюдением этикета, церемоний, принятых процедур;
- **иерархичны**, что отражено в соблюдении субординации в отношениях между начальником и подчиненными;
- **реализуются в определенных формах общения**;
- связаны с использованием профессиональной лексики;
- **атрибутивны**, то есть происходят в специальных помещениях с соответствующей средой, мебелью

Деловые коммуникации, осуществляемые с помощью технических средств, информационных технологий, в современных условиях приобретают важнейшее значение.

Они осуществляются с помощью электронной почты, телекоммуникационных систем, управленческих информационных технологий.

Деловые коммуникации, осуществляемые с помощью технических средств, информационных технологий, незаменимы, когда необходимо

- обмениваться информацией с собеседниками, удаленными друг от друга,**
- передать большой объем информации,**
- предоставить информацию одновременно большому числу людей и т.д.**

К формам деловых коммуникаций относятся:

- деловые беседы, совещания, переговоры;
- публичные выступления (доклады, сообщения, приветствия);
- пресс-конференции;
- дискуссии, дебаты, прения;
- презентации;
- деловые завтраки, обеды, ужины, фуршеты.

Процесс и результаты деловых коммуникаций оформляются документально в виде деловых писем, протоколов, приказов, договоров, постановлений и т.д.

Формы делового общения и их сущность

Форма делового общения	Сущность
Деловой разговор (деловая беседа)	Форма деловой коммуникации, при которой происходит межличностное речевое общение нескольких собеседников с целью разрешения определенных деловых проблем или установления деловых отношений
Деловая беседа по телефону	Способ оперативной связи, требующей от обеих сторон знания правил этикета телефонных разговоров (приветствие, взаимопредставление, сообщение и обсуждение предмета звонка, подведение итогов, прощание)
Деловые переговоры	Обмен мнениями двух или более сторон для достижения какой-либо цели, выработки взаимоприемлемого соглашения
Служебное совещание	Один из способов привлечения сотрудников к делам своего подразделения или организации в целом
Деловая дискуссия	Обмен мнениями участников дискуссии по наиболее сложным вопросам, требующим решения
Пресс-конференция	Встреча официальных лиц организации (руководителей, топ-менеджеров) с представителями прессы (телевидения, радио и т.п.) с целью информирования общественности и формирования положительного имиджа организации
Публичное выступление	Монологическая ораторская речь, адресованная определенной аудитории, которая произносится с целью оказания на слушателей желаемого воздействия (убеждение, воодушевление на определенные действия и т.п.)
Деловая переписка	Письменная форма взаимодействия с партнерами, а также территориально удаленными подразделениями организации, заключающаяся в обмене деловыми письмами по почте либо по электронной почте

Виды и формы деловой коммуникации

Виды деловой коммуникации:

- *прямая коммуникация* – предполагает непосредственный контакт;
- *косвенная коммуникация* – возникает в случаях, когда между партнерами существует какая-либо пространственно-временная дистанция.

Формы деловой коммуникации:

- *Письменная форма* – представлена всеми официально-деловыми документами (заявление, договор, расписка, доверенность, завещание и т.д.).
- *Устная форма* – употребляется в ходе деловых встреч, переговоров, консультаций.

СПСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!