

Эффективные деловые коммуникации

Кандидат педагогических наук
Нагорная Анна Георгиевна

Общение

- сложный многофункциональный процесс взаимодействия и взаимосвязи между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, а также восприятие и понимание партнеров.





Коммуникация

- процесс двустороннего обмена информацией между отправителем и получателем, ведущий к взаимному пониманию ее интеллектуального и эмоционального содержания.

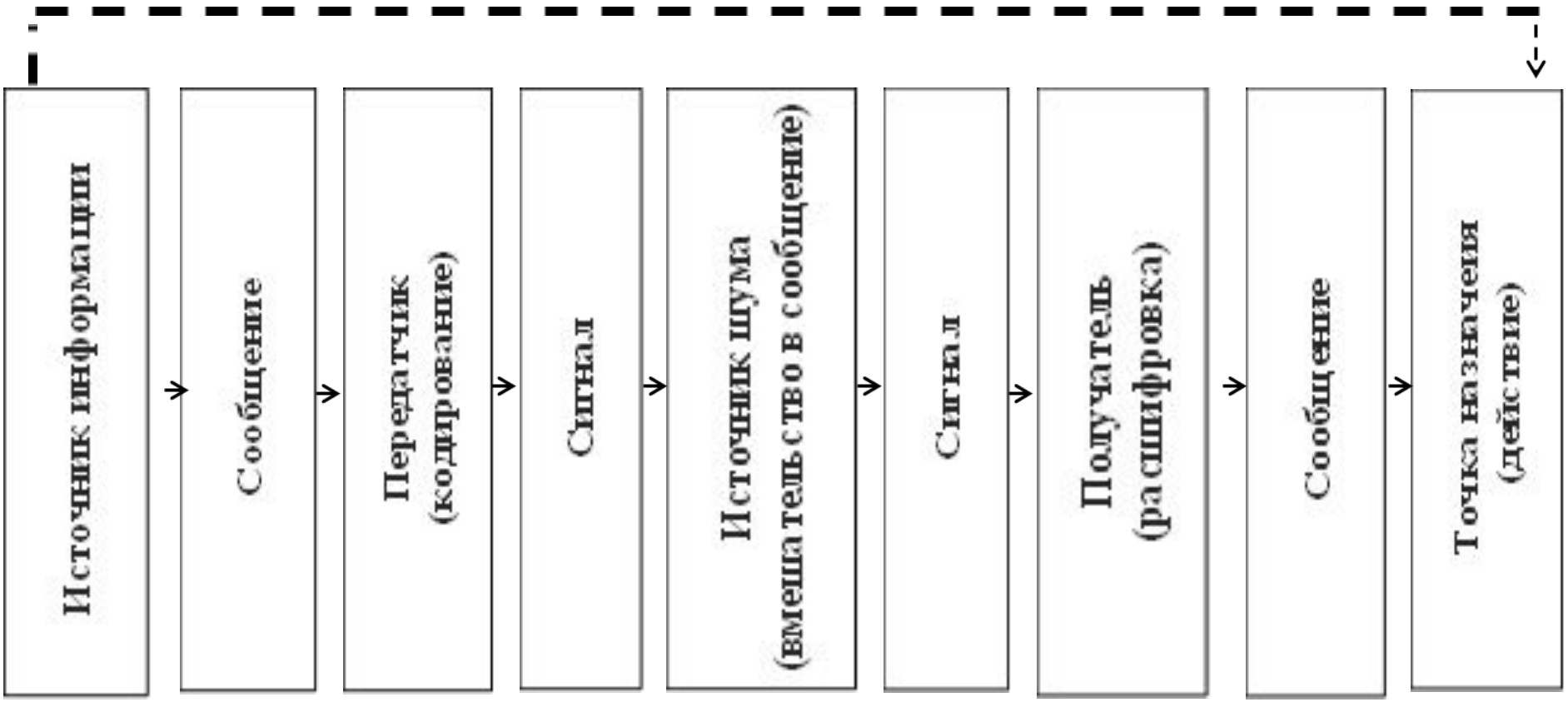
Коммуникативный процесс

- процесс взаимообмена информацией (сообщениями) между отправителем и получателем при помощи вербальных и невербальных средств по различным коммуникативным каналам.

Простая модель общения (Shanon and Weaver, 1949)

Процесс общения

Обратная связь



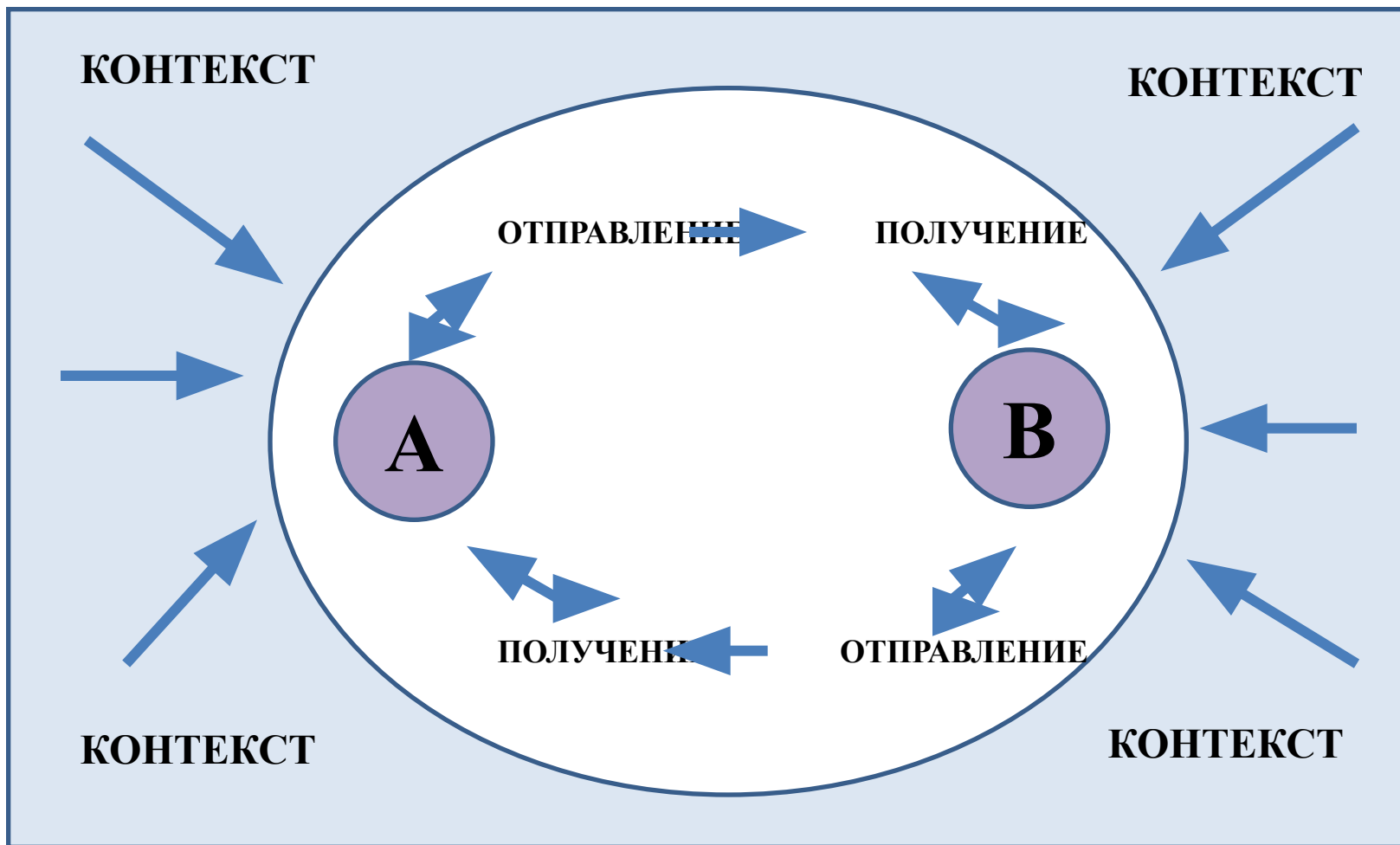


Рис. 1 – Модель коммуникативного процесса общения

Функции коммуникации

```
graph TD; A[Функции коммуникации] --> B[Контактная]; A --> C[Информационная]; A --> D[Побудительная]; A --> E[Координационная]; A --> F[Перцептивная]; A --> G[Эмотивная]; A --> H[Статусная]; A --> I[Преобразовательная];
```

Контактная

Информационная

Побудительная

Координационная

Перцептивная

Эмотивная

Статусная

Преобразовательная

Виды коммуникаций

Повседневные (бытовые)

коммуникации:

межличностное общение,
светское общение,
ритуальное общение и т.д.

Деловые

(производственные)

коммуникации:

коммуникации в
бизнесе, политике,
образовании, на
производстве и т.д.

Деловые коммуникации

- процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом.

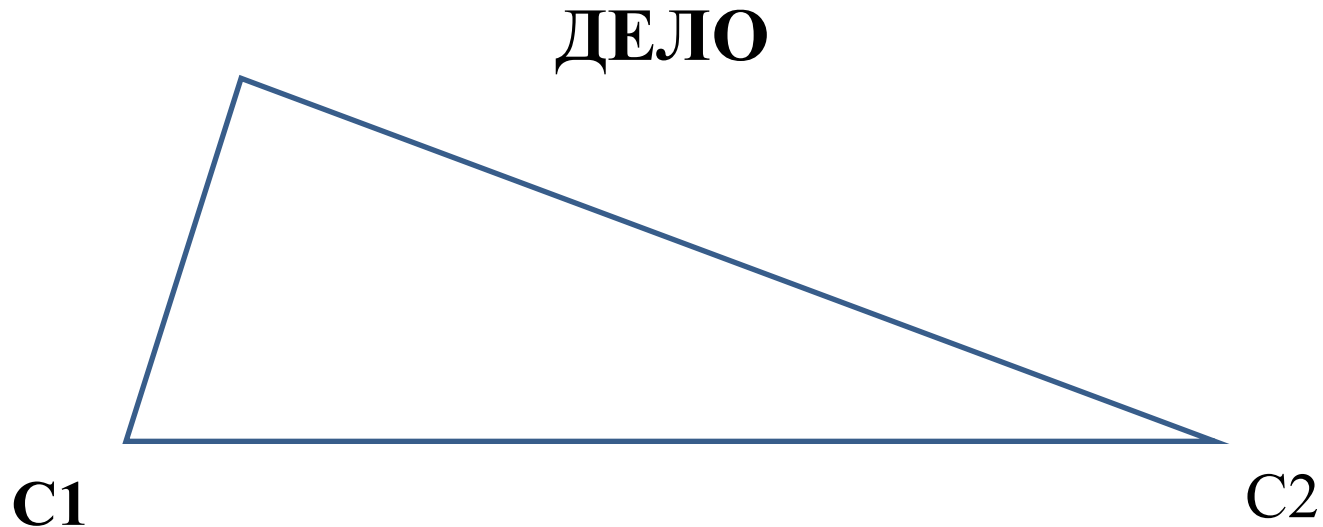
Отличия деловых коммуникаций от повседневных

Повседневные коммуникации	Деловые коммуникации
Происходят, как правило, стихийно, без заранее сформулированной цели	Планируются заранее и направлены на реализацию поставленных целей
Отличаются большим разнообразием обсуждаемых тем (личные, социальные, политические и т.д.)	Число обсуждаемых тем ограничено поставленной целью
Свободно используются разнообразные вербальные и невербальные средства общения	Проводится контроль за применяемыми средствами общения, за их соответствием нормам и правилам этикета
Носят в основном информативно-эмоциональный характер и не связаны с необходимостью принятия какого-либо решения	Носят деловой характер, предполагают анализ различных позиций, точек зрения и совместный поиск оптимального решения поставленной проблемы

Кодекс делового общения

- **принцип кооперативности (или кооперации)** — *«твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора»;*
- **принцип достаточности информации** — *«говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент»;*
- **принцип качества информации** — *«не лги»;*
- **принцип целесообразности** — *«не отклоняйся от темы, сумей найти решение»;*
- **принцип ясности** — *«выражай мысль ясно и убедительно для собеседника»;*
- **принцип слушания** — *«умей слушать и понять нужную мысль»;*
- **психологический принцип** — *«умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела».*

Специфика деловых коммуникаций



особенность деловых коммуникаций

- партнер в деловой коммуникации всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
- общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
- основная задача деловой коммуникации – продуктивное сотрудничество.

Структура общения

В структуре общения выделяются три взаимосвязанных стороны:
коммуникативная, интерактивная и перцептивная.

Коммуникативная сторона общения включает в себя обмен информацией (вербальной и невербальной).

Интерактивная сторона заключается в выработки единой стратегии взаимодействия.

Перцептивная сторона включает в себя восприятие партнерами по общению друг друга и установлению на этой основе взаимопонимания.

Каждая из сторон общения имеет свои особенности и закономерности, которые влияют на процесс общения в целом.



Коммуникативная сторона общения

- Умение устанавливать психологический контакт;
- Учет особенностей коммуникативного воздействия;
- Аргументированность, логичность и адекватность ситуации общения;
- Эффективность использования вербальных и невербальных средств общения.

В коммуникативном процессе выделяют обычно **вербальную** (в качестве знаковой системы используется речь) и **невербальную** (неречевые знаковые системы) коммуникацию.

Интерактивная сторона общения

отражает систему взаимно обусловленных действий партнеров по общению, направленных на взаимные изменения их поведения, деятельности, установок и др. с целью обеспечения результативности общения и выработки единой стратегии.



Теория транзактного анализа (Э. Берн)

Основными понятиями теории Э. Берна являются понятия **«состояние Я»** («состояние Эго») и **«транзакция»**.

«Состояние Я» - это система чувств, выражающаяся в согласованной с ней схемах поведения (**«Родитель»**, **«Взрослый»**, **«Ребенок»**).

Транзакция представляет собой единицу общения, состоящую из стимула (С) и реакции (Р) между двумя состояниями сознания.

Выделяется три вида транзакций:
дополнительные (или параллельные),
пересекающиеся, скрытые.

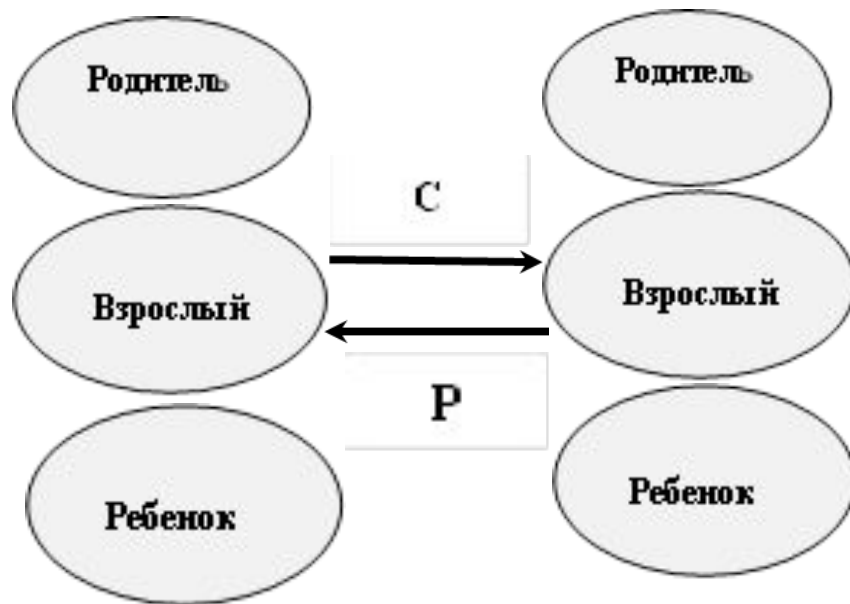


Основные характеристики позиций «Родителя», «Взрослого», «Ребенка»

	«Родитель»	«Взрослый»	«Ребенок»
1. характерные слова и выражения	«Все знают, что...», «Ты не должен...», «Ты должен...», «Я не понимаю, как это допускают...» и др.	«Как?..», «Что?..», «Где...», «Почему..?», «Вероятно...», «Возможно...»	«Вот здорово!», «Классно!», «Отвратительно!», и т.д.
2. интонация	Обвиняющие, снисходительные, критические	Связанные с реальностью	Очень эмоциональные
3. состояние	Надменное, сверхправильное, очень критичное	Внимательное, связанное с поиском информации	Игривое, подавленное, неуклюжее, угнетенное
4. выражение лица	Нахмуренное, неудовлетворенное, обеспокоенное	Спокойное, максимум внимания	Удивленное, угнетенное, радостное, возбужденное
5. позы	Руки на бедрах, жест «указующий перст», руки сложенные на груди	Наклон к собеседнику, ориентация на него	Спонтанная подвижность (ходьба, сжатие кулаков и т.д.)

Виды транзакций

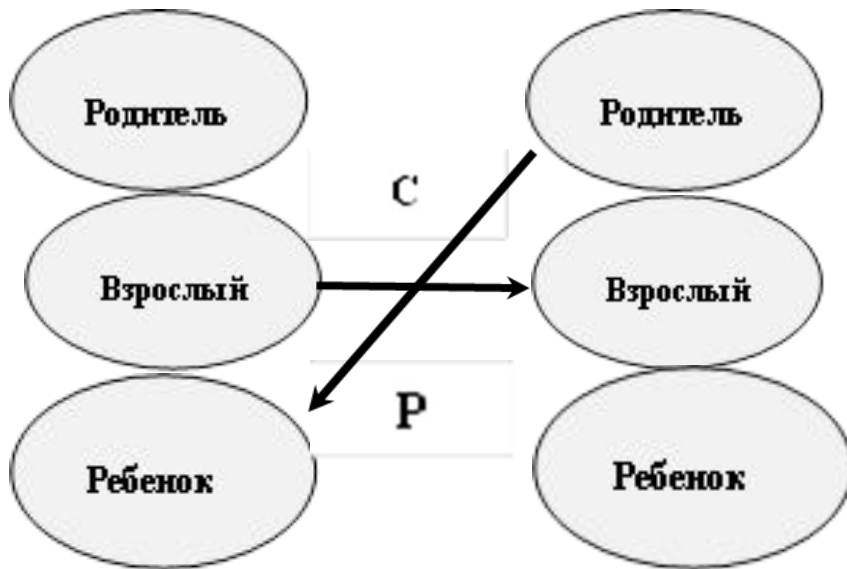
Дополнительными называют транзакции, осуществляемые между двумя любыми «состояниями Я» собеседников, причем реакция человека прямо связана с тем «состоянием Я», которое затрагивает партнер по общению.



Стимул: Вы подготовили материалы к совещанию?
Реакция: Да, я набрал на компьютере и распечатал.

Виды транзакций

Особенность **пересекающихся** транзакций в том, что реакция собеседника исходит не из того состояния Я, на которое было направлено воздействие. Пересекающиеся транзакции препятствуют течению беседы, партнеры говорят мимо друг друга.

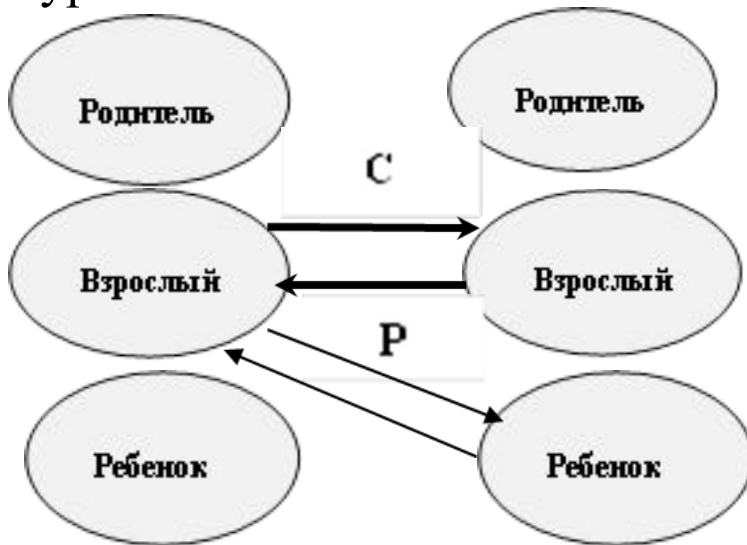


Стимул: Мне не звонили из хозяйственного отдела?

Реакция: Реже нужно устраивать перекуры, тогда не будет вопросов!

Виды транзакций

Наиболее сложными являются **скрытые** транзакции, поскольку в них взаимодействие осуществляется сразу **на двух уровнях** – **социальном и психологическом**. На социальном уровне произносится одно, а на психологическом подразумевается другое, причем партнеры это понимают и реагируют не на социальный, а на психологический уровень.



Стимул: Конечно, эта модель смартфона лучше, но предназначена для деловых людей и достаточно дорога. (Подразумевается, что покупатель не деловой человек и не может позволить себе купить дорогую вещь.)

Реакция: Пожалуй, я ее возьму. (А мне разве не по карману?)

Перцептивная сторона общения

включает в себя процесс восприятия партнерами друг друга в ходе общения и установления на этой почве взаимопонимания.

К психологическим **механизмам восприятия** в процессе общения относятся:

- в межгрупповом, деловом общении – **социальная стереотипизация** на основе превосходства, привлекательности, отношения;
- в межличностном общении – **идентификация, эмпатия, рефлексия, аттракция, каузальная атрибуция.**



Социальный стереотип

- это устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной группы.
- **Предрассудки и предубеждения** - основе лежит необоснованное негативное представление о других людях, что связано с тревогожностью и угрозой чувству безопасности.



Эффект ореола

- проявляется тенденция переносить благоприятное впечатление об одном качестве человека на все другие его качества.

На появление эффекта ореола оказывает влияние действие трех факторов:

- **фактор превосходства** (склонность людей систематически переоценивать различные психологические качества тех, кто превосходит их по какому-то существенному для них параметру);
- **фактор статуса** (во многих случаях оценка (переоценка/недооценка) личностных качеств человека зависит от его социального статуса);

- **фактор «отношения к нам»**
(те, кто кого-то высоко ценит и хорошо к нему относится, как правило, кажутся этому человеку лучше тех, кто относится к нему не лучшим образом).



Каузальная атрибуция

когда человек не имеет точной информации, многие вынуждены строить свои собственные предположения относительно причин и поступков других людей путем приписывания ему чувств, намерений, мыслей и мотивов поведения.

Типы атрибуции:

- **личностная атрибуция** – причина поступка или действия приписывается тому, кто его совершил, в основном свойственна наблюдателю;
- **объективная атрибуция** – причина поступка или действия приписывается тому, на кого направлено действие;
- **обстоятельственная атрибуция** – причина поступка или действия приписывается каким-то возникшим обстоятельствам или контексту ситуации.



- **Эмпатия** – это эмоциональное сопереживание другому человеку, основанное на умении представить себе, что происходит в душе другого человека, как он оценивает окружающий мир.
- **Рефлексия** – это осознание человеком того, как он воспринимается партнерами по общению. Рефлексия – это удвоенный процесс зеркального отражения индивидами друг друга, взаимоотображение, содержанием которого является субъективное воспроизведение внутреннего мира партнера.
- **Аттракция** (от лат. *attraction* - привлечение) – это процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего, умение нравиться другим.



Спасибо за внимание!

