

Деловые коммуникации



1. 2 Содержание и структура коммуникативного процесса

Коммуникативный процесс – процесс передачи информации от одного человека к другому или группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.) (представляет собой обмен информацией между индивидами и их группами).

Цель реализации коммуникативного процесса - обеспечение понимания передаваемой информации в процессе взаимодействия. В современное время коммуникативный процесс является необходимым условием функционирования организаций, отдельных групп и социальной системы в целом.

Основа процесса коммуникации - информация. Социальная информация создается человеком и сопровождает и отражает все формы человеческой деятельности.



Процесс оперирования социальной информацией (информационная деятельность)

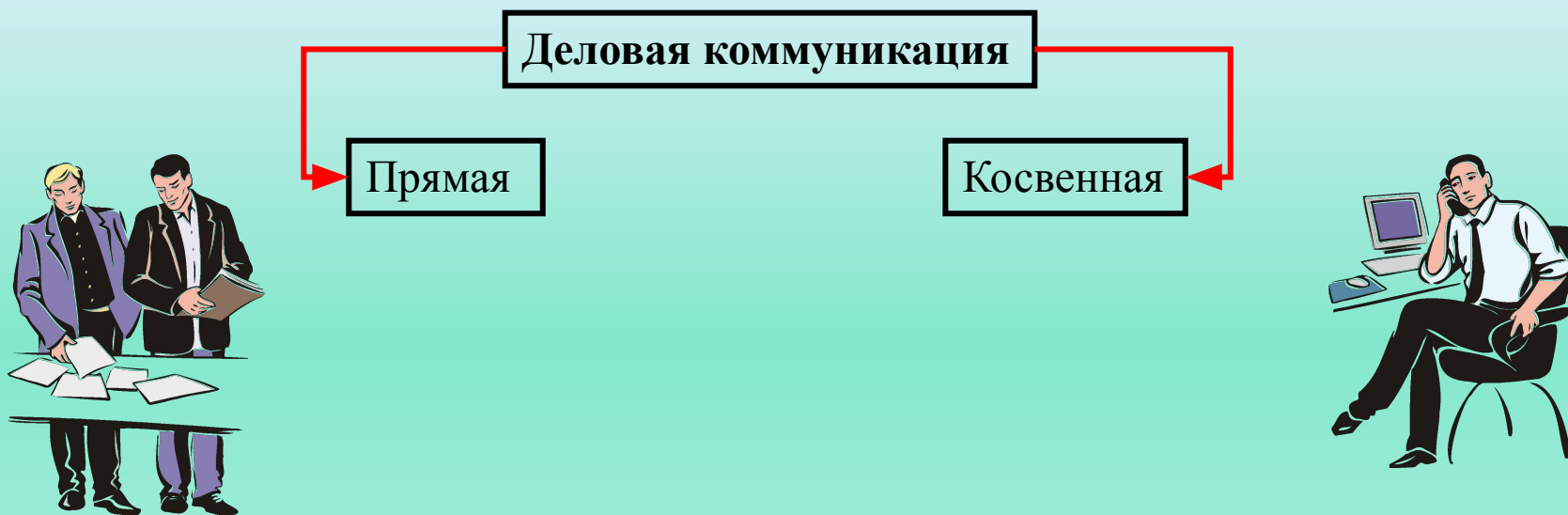
- Создание информации;
- Перевод информации из одной знаковой системы в другую;
- Размножение информации;
- Распространение информации;
- Потребление информации;
- Использование информации;
- Хранение информации;
- Разрушение информации



Виды и формы деловой коммуникации

Виды деловой коммуникации

- Прямая коммуникация – предполагает непосредственный контакт;
- Косвенная коммуникация – возникает в тех случаях, когда между партнерами существует какая-либо пространственно-временная дистанция



Формы деловой коммуникации

- Формы делового общения:
 - Деловая беседа
 - Деловые переговоры
 - Деловые совещания
 - Публичные выступления
 - Общественные мероприятия по планам администрации
 - Воспитательные мероприятия
 - Производственные споры, дискуссии, полемике



Виды деловой коммуникации

1. По подразделениям:

- горизонтальное (находящееся на одном уровне);
- вертикальное (разноуровневое);
- диагональное (взаимодействие работниками, представляющими различные подразделения одной организации, и их руководителями).

2. По уровням:

- нисходящее (от руководителя к подчиненным);
- восходящее (от подчиненных к руководителям).

3. По форме общения:

- вербальное (устная речь);
- невербальное (с помощью мимики, определенных манер, взглядов, жестов, не используя при этом устную речь).

4. По субъекту общения:

- межличностное (общение двух и более людей, которые находятся в непосредственной близости друг от друга);
- организационное (в двух или более группах, имеющих собственные интересы и цели).

5. По используемым каналам общения:

- формальное (возникающее как результат взаимосвязи между различными отделами и уровнями);
- неформальное (источники домыслов и слухов)

Классификации видов деловой коммуникации



Коммуникации между отделами в государственной структуре

1. По подразделениям:

- горизонтальное (находящееся на одном уровне);
- вертикальное (разноуровневое);
- диагональное (взаимодействие работниками, представляющими различные подразделения одной организации, и их руководителями).

2. По уровням:

- нисходящее (от руководителя к подчиненным);
- восходящее (от подчиненных к руководителям).

3. По форме общения:

- вербальное (устная речь);
- невербальное (с помощью мимики, определенных манер, взглядов, жестов, не используя при этом устную речь).

4. По субъекту общения:

- межличностное (общение двух и более людей, которые находятся в непосредственной близости друг от друга);
- организационное (в двух или более группах, имеющих собственные интересы и цели).

5. По используемым каналам общения:

- формальное (возникающее как результат взаимосвязи между различными отделами и уровнями);
- неформальное (источники домыслов и слухов).

Элементы коммуникативного процесса

- Элементы цепи коммуникаций:
 - Источник сообщений;
 - Кодирование;
 - Канал (передаточный механизм);
 - Передача сигнала;
 - Получатель;
 - Прием и декодирование;
 - Обратная связь;
 - Помехи и барьеры.

Структурные компоненты коммуникативного процесса

- 1) **коммуникатор** (адресант), формирующий информационное сообщение; в качестве коммуникатора могут выступать как индивиды, так и социальные группы, организации;
- 2) **реципиент** (адресат), получающий и интерпретирующий информационное сообщение; реципиентами могут выступать как отдельные личности, так и их группы (аудитории);
- 3) **кодирование** (формализация изначальной идеи адресата с помощью системы символов, знаков, сигналов) и декодирование сообщения (осмысление содержания сообщения и изначальной идеи коммуникатора);
- 4) **канал коммуникации** – естественный (при личном контакте людей) и искусственный (с помощью радио- и телефонной связи, интернета и т.д.) способ передачи информации

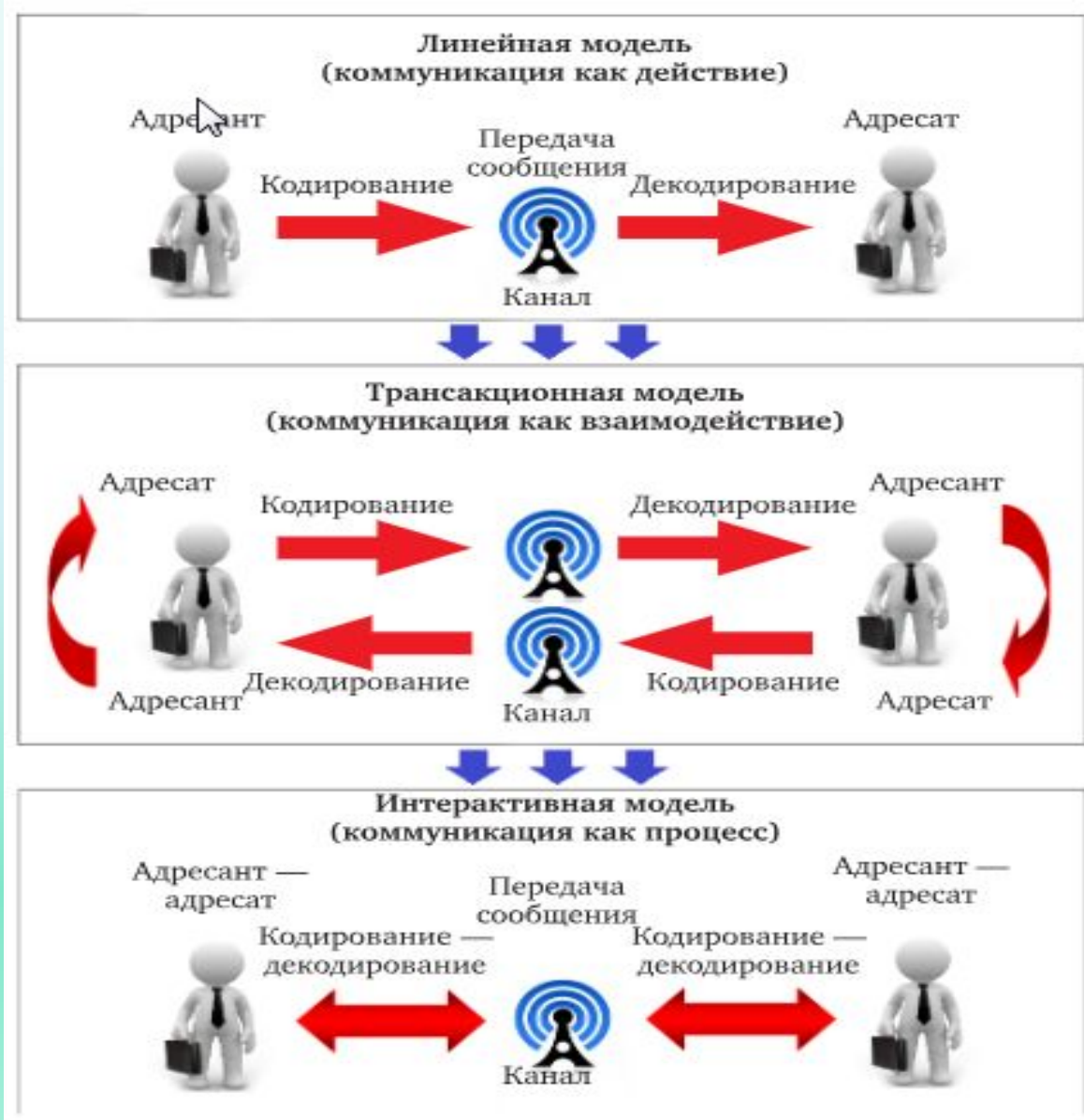
Структурные компоненты коммуникативного процесса



Модели коммуникативного процесса

- Традиционно принято выделять три модели:
 - – линейная модель, в соответствии с которой процесс коммуникации является однонаправленным, т.е. ограничивается передачей информации от адресанта к адресату (например, рассказ ведущего телевизионной новостной программы о последних мировых новостях);
 - – транзакционная модель, в которой односторонний процесс передачи информации дополняется обратной связью от первоначального адресата (например, человек получает сообщение по электронной почте и отвечает на него);
 - – интерактивная модель, описывающая коммуникацию как процесс непосредственного обмена информацией между людьми, при которой субъекты коммуникации одновременно выступают в роли адресанта и адресата сообщений (например, деловая беседа между партнерами при личной встрече)

Модели коммуникационного процесса



- **линейная модель**, в соответствии с которой процесс коммуникации является однонаправленным, т.е. ограничивается передачей информации от адресанта к адресату (например, рассказ ведущего телевизионной новостной программы о последних мировых новостях);
- **транзакционная модель**, в которой односторонний процесс передачи информации дополняется обратной связью от первоначального адресата (например, человек получает сообщение по электронной почте и отвечает на него);
- **интерактивная модель**, описывающая коммуникацию как процесс непосредственного обмена информацией между людьми, при которой субъекты коммуникации одновременно выступают в роли адресанта и адресата сообщений (например, деловая беседа между партнерами при личной встрече)

Виды деловых коммуникаций по воздействию

- Специалисты в сфере общения различают пять видов делового общения:

- **познавательное;**

- **убеждающее;**

- **экспрессивное;**

- **суггестивное;**

- **ритуальное.**

-



Виды деловых коммуникаций по воздействию

- Для каждого из коммуникаций характерны:
- **свои цели;**
- **ожидаемый результат;**
- **условия организации;**
- **коммуникативные формы;**
- **коммуникативные средства.**

Познавательное общение

•Цели:

- расширить информационный уровень партнера;
- передать необходимую для профессиональной деятельности информацию;
- прокомментировать инновационные сведения.
-

Условия организации коммуникации

- 1. **Учет познавательных возможностей** конкретных деловых партнеров.
- 2. **Учет их индивидуальных установок** на получение новой информации.
- 3. **Учет интеллектуальных возможностей** для переработки, понимания и восприятия информации.

Коммуникативные формы

- **Устные:** лекции, семинары, доклады, информационно-аналитические сообщения, беседы и консультации, уроки, отчеты.
- **Письменные работы:** рефераты, контрольные, курсовые, дипломные, проектные работы.
- Они позволяют оценить степень освоения теории вопроса, видео и телевизионных обучающих передач.

Коммуникативные средства и технологии:

- комментарий, аргументация и доказательство;
- характеристика причинно-следственных связей, сравнительный анализ;
- рациональное структурирование информации;
- речевая культура и ораторское мастерство.

Ожидаемый результат

- 1. Освоение новой информации.
- 2. Применение информации в практической деятельности.
- 3. Внедрение инноваций.
- 4. Саморазвитие.



Убеждающие коммуникации

-

- **Цели.**

- 1. Вызвать у деловых партнеров определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; 2. Убедить в правомерности тех или иных стратегий взаимодействия;
- 3. Сделать партнеров своими единомышленниками.

Условия организации коммуникации

- 1. Опора на восприимчивость партнера.
- 2. Опора на личностную мотивацию партнера.
- 3. Опора на интеллектуально-эмоциональную культуру партнера.

Коммуникативные средства и технологии

- 1. Аргументация, демонстрация и доказательство.
- 2. Разъяснение и сравнительный анализ.
- 3. Факты, цифры и примеры, свидетельствующие о преимуществах.
- 4. Опора на эмоциональный настрой партнера и включение его основной и ведущей систем восприятия с помощью вербальных и невербальных ключей доступа.
- 5. Учет контраргументации и критического настроения партнера.
- 6. Психологические приемы присоединения, создание атмосферы доверия.

Ожидаемый результат

- 1. Привлечение партнера на свою позицию.
- 2. Изменение личностных установок, взглядов, убеждений партнера.
- 3. Переориентация целей партнера.



Экспрессивная коммуникация

•Цели

- 1.Сформировать у партнера психоэмоциональный настрой;
- 2.Передать свои чувства, переживания.
- 3.Побудить к необходимому социальному действию.

Условия организации коммуникации:

- 1. Опора на эмоциональную сферу партнера.
- 2. Использование художественно-эстетических средств воздействия на сенсорные каналы делового партнера.

Коммуникативные формы

- 1.Речи по специальному поводу.
- 2.Презентации.
- 3.Беседы и собрания, митинг.
- 4.Рассказ о ситуации, о фирме, о человеке.
- 5.Брифинг, мозговой штурм, демонстрация видео- и кинофрагментов.
- 6.Анализ потенциальных проблем, возможных последствий; лозунги и призывы.

Коммуникативные средства и технологии

- 1.Аудио-, видео- и художественные средства.
- 2.Краткость речевых конструкций. 3. Эмоционально окрашенный, образный лексикон.
- 4.Актерское мастерство: голос, взгляд, демонстративный характер поз.
- 5.Яркость жестикулирования, интонирования, мимики.
- 6.Ситуативная обусловленность информации, опора на актуальные потребности слушателей.
- 7.Искренность демонстрируемых чувств.

Ожидаемый результат

- 1.Изменение настроения партнера.
- 2.Провоцирование необходимых чувств: сострадания, сопереживания.
- 3.Вовлечение партнера в конкретные акции и действия.



Суггестивная коммуникация

- **Цель.**
- Оказать внушающее воздействие на делового партнера для изменения его мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения.

Условия организации коммуникации

- 1. Внушаемость партнера (суггерента).
- 2. Недостаточная информированность, недостаточная критичность партнера.
- 3. Слабый уровень контрсуггестии.
- 4. Высокий авторитет суггестора (осуществляющего внушение).
- 5. Создание атмосферы доверительности.

Коммуникативные формы

- 1.Беседа
- 2.Митинг.
- 3.Речь-напутствие.
- 4.Пресс-конференция.
- 5.Брифинг.
- 6.Дебаты.
- 7.Реклама.
- 8.Собрание.
- 9. Консультация.
- 10. Тренинг.

Коммуникативные средства и технологии

- 1. Разъяснение внушаемых установок.
- 2. Управление эмоциональным напряжением.
- 3. Внушение через приемы.
- 4. Идентификация, ссылки на авторитет.
- 5. Персонификация
- 6. Предупреждение, угроза, шантаж.
- 7. Психологический террор и другие приемы манипулирования.
- 8. Интонационное стимулирование и др.

Ожидаемый результат:

- 1.Изменение поведения партнера.
- 2.Смена установок, ценностных ориентаций.



Ритуальное общение

•Цель

- 1.Закрепить и поддержать конвенциональные отношения в деловом мире.
- 2.Обеспечить регуляцию социальной психики в больших и малых группах людей.
- 3.Сохранять ритуальные традиции фирмы, предприятия, создавать новые.

Условия организации коммуникации

- 1. Ритуальный (церемониальный) характер акций.
- 2. Художественно оформленная пространственная среда.
- 3. Соблюдение конвенций.
- 4. Праздничное или адекватное ситуации ритуала настроение.
- 5. Опора на национальные, территориальные, профессиональные традиции и нормы общения.

Коммуникативные формы: рамочная

- 1. Торжественная, траурная речи.
- 2. Речь в дружеском кругу.
- 3. Ритуальные акты, церемонии, обряды.
- 4. Праздники, посвящения, чествования.
- 5. Презентации и торжественные собрания.

Коммуникативные средства и технологии

- 1.Использование вербальных и невербальных ключей доступа в аудиальный, визуальный и кинестетический сенсорные каналы участников общения.
- 2. включение участников в активную массовую деятельность.
- 3.Импровизации и неординарность сюжетов при сохранении ритуальных и церемониальных тенденций.

Ожидаемый результат

- 1.Формирование соответствующих ситуации общения, например чувства патриотизма, гордости, причастности и проч..
- 2.Сохранение традиций, формирование и закрепление новых ритуалов.

Коммуникационные барьеры

- Коммуникационные барьеры представляют собой препоны, возникающие в процессе работы компании и снижающие эффективность информационного обмена внутри нее.

Классификация:

1. Индивидуальные:

- отличия в восприятии информации;
- субъективное оценивание;
- коммуникативные умения;
- различия в культуре.

2. Барьеры, возникающие на уровне координации:

- координационная структура;
- переизбыток информации;
- разные статусы сотрудников.

Коммуникационные барьеры

Чтобы преодолеть индивидуальные барьеры, руководство государственной организации должно уделить внимание:

- Развитию коммуникативных умений работников. Помочь им овладеть навыками активного слушания можно, используя рекомендации специалистов (навыки активного слушания).
- Улучшению технических навыков взаимодействия работников.
- Формированию культуры внутри коллектива, направленной на поощрение открытого типа взаимодействия.

Навыки активного слушания

Никогда не перебивайте говорящего, позволяйте ему завершить свою мысль

Создайте дружелюбную атмосферу, что поможет расположить к себе собеседника

Избегайте постороннего вмешательства и факторов, которые могут отвлекать внимание

Продемонстрируйте интерес и предрасположенность к собеседнику

Будьте терпеливы, избегайте конфликтов в процессе передачи информации

Задавайте вопросы

Принципы эффективной коммуникации

Владение вербальными и невербальными средствами общения

- Свободное владение языком, на котором осуществляется коммуникация, создает основу для взаимопонимания.
 - Логичность, точность, краткость речи способствуют как уменьшению затрат при передаче сообщения, так и улучшению его восприятия.
- Грамотное использование невербальных средств общения создает благоприятный морально-психологический фон, снижая коммуникативные барьеры

Выбор оптимального канала коммуникации

- Канал выбирается исходя из особенностей адресата (целевой аудитории), сложности передаваемой информации и т. д. и способствует достижению требуемого эффекта.
- Грамотно выбранный канал может снизить временные и материальные издержки на донесение информации

Наличие обратной связи

- Обратная связь позволяет определить, получил ли адресат сообщение и правильно ли он понял его содержание.
- Ответная реакция адресата дает возможность выяснить его отношение к полученной информации и скорректировать свою коммуникативную стратегию

Эмпатия и рефлексия

- Эмпатия — способность к постижению эмоционального состояния партнера по общению в форме сопереживания — помогает определить направление коммуникативного воздействия на партнера для достижения необходимого эффекта.
- Рефлексия — способность понимать, как Вы воспринимаетесь партнером по общению — позволяет скорректировать свое коммуникативное поведение

Условия, необходимые для построения эффективной системы внутренних коммуникаций в государственной структуре

Условие	Пояснение
Обеспечить техническую базу	Техническое оснащение и каналы передачи информации, Информационная безопасность, Высокая скорость передачи информации
Обеспечить обмен необходимой для работы информацией	Своевременно обеспечивать сотрудников необходимой информацией, организовывать обратную связь, четко формулировать поставленные задачи, наладить систему отчетов и контроля, Доводить до сведения работников принятые указы, распоряжения, инструкции, Создать нормативную базу государственной структуры, Исключить потерю и искажение информации
Разработать внутренние информационные источники	Стенды, Электронные рассылки, Организационные (совещания, встречи), Социальные (листочки, буклеты, фильмы)
Создать внутреннюю организационную культуру	Информировать сотрудников об организационных ценностях государственной структуры, Сообщать сотрудникам о предстоящих мероприятиях, Обеспечить обратную связь в виде анкетирования и опросов
Сформировать положительный в глазах сотрудников образ государственной структуры	Сообщать сотрудникам о текущем положении дел, достижениях и неудачах государственной структуры Сообщать сотрудникам о новых проектах и задачах, Управлять внутриорганизационными слухами
Привлекать в государственную структуру талантливых работников	Информировать сотрудников о назначениях, кадровых изменениях, Размещать объявления об открытых вакансиях, Разработать программу по адаптации новых сотрудников, Организовать мероприятия по повышению квалификации, Ввести систему премирования и награждения сотрудников, Поздравлять сотрудников с праздниками, в том числе личными
Создать базу знаний	Создать электронную библиотеку, Внедрить программы по дистанционному обучению сотрудников, Проводить электронный срез знаний, Информировать сотрудников о предстоящих семинарах, стажировках
Периодически оценивать эффективность внутриорганизационных коммуникаций	Систематическая оценка качества внутриорганизационных коммуникаций способствует регулированию неэффективных процессов в государственной структуре, что предотвратит внутриорганизационные конфликты и повысит эффективность работ

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое деловая коммуникация и каковы ее особенности?
2. Каковы основные виды деловых коммуникаций? Выделите и охарактеризуйте их.
3. Дайте характеристику формальным и неформальным коммуникациям.
4. Каковы формы деловых коммуникаций?
5. Какова структура любой коммуникации?
6. Дайте характеристику линейным моделям коммуникации, выделите их сильные и слабые стороны.
7. Что такое обратная связь, и какова ее функция в коммуникации?
8. Что такое барьеры коммуникации? Каковы основные коммуникативные барьеры?
9. Каким образом можно преодолеть барьеры коммуникации?

Задание 1.

- Распределите устойчивые речевые формулы согласно тем типовым задачам, которые они решают (устно):
- - информирование адресата;
- - привлечение внимания к проблеме;
- - побуждение к действию;
- - придание юридического статуса;
- - инициирование и поддержание деловых отношений;
- решение конфликтных ситуаций.

- Устойчивые речевые формулы: ввести в эксплуатацию, информируем Вас о том, что; заключили настоящий договор о нижеследующем, убедительно прошу Вас решить вопрос;...доверяю..., обязываю всех начальников, сообщаем, что...; дана в том, что...; Ваше предложение отклонено по следующим причинам; напоминаем, что; гарантируем, что...; мы будем весьма признательны за участие в...; организация в лице администрации обязуется...; уведомляем, что...; ... настоящей доверенностью уполномочиваю...

1.3 Вербальные средства общения

- Обмен информацией, представляющий собой основное содержание коммуникативного процесса, невозможно представить без знаковых систем, используемых и понимаемых участниками общения. Такой фундаментальной знаковой системой является язык (национальный, жестовый, компьютерный и т. д.). Именно благодаря тому, что мы сходным образом трактуем значения слов в языке и формулируем предложения в соответствии с общепринятыми языковыми правилами, существует возможность не только высказать свою идею (кодировать и передавать сообщение), но и быть понятым собеседником (обеспечить соответствие смысла кодированного и декодированного сообщения).
- Воплощением языка в практической ситуации общения является речь. Нередко можно встретить следующее образное определение: «Речь – это язык в действии». Именно речь является ключевым вербальным средством общения.

Определение вербальной коммуникации

- **Вербальная коммуникация (ВК)** – это информационно-смысловой обмен, взаимодействие между людьми, происходящий посредством речи, естественного языка.
- **Речь** - это исторически сложившаяся форма общения людей посредством языковых конструкций, создаваемых на основе определённых правил.
- Процесс речи предполагает, с одной стороны, формирование и формулирование мыслей языковыми (речевыми) средствами, а с другой стороны — восприятие языковых конструкций и их понимание. Мышление может осуществляться без речи, но не может существовать без языка.

Функции речи

- Коммуникативная или репрезентативная
- Апеллятивная (призыв, обращение, команда)
- Экспрессивная(выражение, выразительность)
- Аккумулятивная (накопление информации)
- Номинативная (способность называть вещи)

Частные функции речи

- фатическая (обмен ритуалами),
- метаязыковая (толкование),
- поэтическая (отражение художественных образов)
- эмотивная (выражение эмоций),
- волюнтативная (призывно-побудительная)

Типы речевой коммуникации

1) условия общения:

- прямое, или непосредственное, общение с активной обратной связью (например, диалог) и с пассивной обратной связью (например, письменное распоряжение и т. п.);
- опосредованное общение (например, выступление по радио, телевидению, в средствах массовой информации);

2) количество участников:

- монолог (речь одного человека);
- диалог (речь двух людей);
- полилог (речь нескольких человек);

3) цель общения:

- информирование;
- убеждение (включая побуждение, объяснение и т. п.);
- развлечение;

4) характер ситуации:

- деловое общение (доклад, лекция, дискуссия и т. п.);
- бытовое общение (разговоры с близкими людьми и т. д.).

Типы диалога

- Информативный (вопросно-ответные пары);
- Прескриптивный (просьба, приказ, отказ, обещание);
- Установления/регулирования межличностных отношений (унисон, диссонанс);
- Праздноречивый (эмоциональное общение, артистические жанры).

Общие правила диалога

- Выслушивание обращения
- Обязательный ответ
- Повеление требует ответа действием или словом
- Повествование требует ответа повествованием или внимательным молчанием

Монолог (по Виноградову В.В.)

Убеждающей окраски (ораторская речь);

Лирический (переживания, эмоции);

Драматический (дополненный мимикой, жестами, пластикой движения);

Сообщающего типа (рассуждение, сообщение);

Времени подготовки (заранее подготовленный, спонтанный);

Содержанию сообщения (краткое, подробное, компиляция, точка зрения, уточнение);

Форме сообщения и самостоятельности порождения (готовая, фиксированная, самостоятельно составленная);

Установке на воспроизведение (с установкой на воспроизведение и без).

Методы изложения материала

1. Индуктивный (от частного к общему);
2. Дедуктивный (от общего к частному);
3. Метод аналогии (сопоставление явлений и событий);
4. Концентрический (вокруг главной проблемы);
5. Ступенчатый (последовательное изложение);
6. Исторический (хронологическая последовательность).

Полилог

Полилог - способ обсуждения проблемы с участием трех и более сторон, имеющих разные точки зрения на нее и все стороны активны в речевом отношении.

Формы полилога

- спор,
- дискуссия,
- полемика,
- беседа,
- конференции,
- диспут,
- организационно-деятельностная игра и др.

Принципы речевого общения. Постулаты Грайса (Лича, Левинсона/Браун)

Компоненты речевой ситуации (семиозис) (5):

- **говорящий:**
- **слушающий:**
- **код/предмет сообщения:**
- **ситуация:**
- **обратная связь.**

При каких условиях речевая коммуникация может быть успешной?

Принципы речевого общения

Если получатель неправильно толкует сообщение отправителя, то вину несет *отправитель*, т.е. *ответственность за точную коммуникацию лежит на отправителе.*

Как же говорящему (отправителю) наиболее эффективно организовать сообщение (выполнить *информационную функцию*)?

Принципы речевого общения

Принцип кооперации (Г.П. Грайс 1913-1988)



Принцип кооперации - основа речевой коммуникации, особенно в информативном речевом акте. Его реализации способствуют **4 категории/ постулаты**:

- **Количества** (информации в высказывании должно быть не больше и не меньше, чем это требуется в высказывании),
- **Качества** (высказывание должно быть истинным, поэтому не говори того, что ты считаешь ложным или для чего у тебя нет достаточных оснований),
- **Отношения** (не отклоняйся от темы) и
- **Способа речи** (выражайся ясно: избегай непонятных выражений и неоднозначности, будь краток и организован).

Принципы речевого общения

Принцип кооперации

Если Принцип кооперации очевидным образом нарушается, возможно, мы имеем дело с *импликатурами*.

- **Импликатура** (разговорная / конверсационная / коммуникативная импликатура) — *импликационное содержание, или имплицитный смысл высказывания как результат прагматической импликации: значение говорящего отличается от значения произнесённого предложения.*

Принципы речевого общения

Принцип кооперации

Общение на уровне имплицатур - это более престижный вид вербальной коммуникации, поэтому он широко используется среди образованной части населения, поскольку для понимания многих имплицатур адресат должен располагать соответствующим уровнем интеллектуального развития.

Античный ритор Деметрий:

"Ведь тот, кто понял недосказанное вами, тот уже не просто слушатель, но ваш свидетель, и притом доброжелательный. Ведь он самому себе кажется понятливым, потому что вы предоставили ему повод проявить свой ум. А если все втолковывать слушателю, как дураку, то будет похоже, что вы плохого мнения о нем".

Принципы речевого общения

Категории Грайса направлены на такой вид коммуникации как «воздействие на других людей и управление их поведением».

Для других видов коммуникации их может быть недостаточно.

Л.М. Михайлов – набор принципов для диалогической речи: **принцип доминирования, принцип достаточности, принцип опережения.**

Принципы речевого общения



Дж. Н. Лич: принцип вежливости:

Если Принцип кооперации Г.П. Грайса выдвигает требования к речевым высказываниям с точки зрения их информативности и ясности, то

Принцип вежливости, сформулированный Джеффри Н. Личем, регулирует само речевое поведение.

Принципы речевого общения)

Принцип вежливости - это тип социального взаимодействия, в основе которого лежит уважение к личности собеседника и которое направлено на:

- предотвращение возможных конфликтных ситуаций,
- презентацию самого говорящего как хорошо воспитанного члена данного общества.

Соблюдение принципа вежливости направлено на достижение максимальной эффективности социального взаимодействия за счет установления психологического равновесия между коммуникантами.

Принципы речевого общения.

Принцип вежливости:

- 1. Максима такта.** Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и т. д.).
- 2. Максима великодушия.** Это максима необременения собеседника, она предохраняет его от доминирования в ходе коммуникативного акта.
- 3. Максима одобрения.** Это максима позитивности в оценке других («Не судите, да не судимы будете», «Не осуждай других»).
- 4. Максима скромности.** Эта максима неприятия похвал в собственный адрес. Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка.
- 5. Максима согласия.** Это максима неоппозиционности. Она предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи, а именно – сохранения предмета взаимодействия, «снятие конфликта» путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников.
- 6. Максима симпатии.** Это максима благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. *Неблагожелательность* или *безучастность* делает речевой акт невозможным.

Принципы речевого общения



П. Браун и С. Левинсон:

Принцип сохранения лица

Речевое взаимодействие – совместная социально-речевая «кооперативная»/интерактивная деятельность, чтобы поддержать «лицо» друг друга.

- «**позитивное лицо**» (Positive Face) – быть желанным, востребованным;
- «**негативное лицо**» (Negative Face) – быть независимым.

Принципы речевого общения

Но в этом взаимодействии часто возникают угрозы лицу.

В этом случае коммуниканты используют **систему коммуникативных стратегий**, выражаемых языковыми средствами, чтобы **поддержать лицо друг друга и маскировать речевые акты**, несущие угрозу *позитивному* или *негативному лицу* партнера.

Соответственно, вежливость тоже бывает *позитивная* и *негативная*.

Принципы речевого общения

Позитивная вежливость

Цель— замаскировать угрозу для positive face:

- 1.Выражай участие по отношению к нуждам, запросам слушающего.** — «Почему ты такой грустный? Могу я чем-нибудь помочь?»
- 2.Используй специальные маркеры внутригрупповой солидарности.** — «О, привет, старик, одолжи полтинник до завтра».
- 3.Будь оптимистичным.** — «Так, отлично. Если не возражаешь, я тебе немного помогу».
- 4.Включай и говорящего и слушающего в совместную деятельность.** — «Ну, если мы вместе за это возьмемся, то уж или сегодня же закончим, или никогда».
- 5.Делай предложения и давай обещания.** — «Давай, если ты посуду помоешь, я квартиру уберу».
- 6.Проявляй преувеличенный интерес к слушающему или его интересам.** — «Ой, где ты такую прическу сделала? Как тебе идет!»
- 7.Избегай открытого несогласия типа «Борис, ты не прав».** — «Ср. знаменитый анекдот, демонстрирующий один из безопасных способов несогласия с начальством: **А крокодилы летают? — Нет, конечно. — А товарищ майор говорит, что летают. — Ну, они летают, но только очень низко».**
- 8.Шути.** — «У, да это не рыба, а целая акула!»

Негативная вежливость

Цель— замаскировать угрозу для negative face:

- 1.Не говори прямо.** — «Вы не скажете, как пройти в библиотеку?»
- 2.Используй модальность возможности (необязательности) и вопросы.** — «Вы не могли бы передать соль?» — «Может быть, он случайно взял книгу, я уверен, что случайно».
- 3.Будь пессимистичным** (в отношении своих интересов). — «*Не знаю, ты, наверное, сейчас не сможешь* мне одолжить тысячу рублей».
- 4.Преуменьшай неудобства и обязательства.** — «*Да это совсем рядом, в двух шагах от твоего дома, к восьми ты уже вернешься*».
- 5.Избегай прямого обращения к говорящему (используй номинализацию, пассивную конструкцию, «общие» высказывания).** — «*Курение опасно для здоровья*». — «*У нас не курят*».
- 6.Проси прощения, извиняйся.** — «*Извините, очень неудобно просить*, но не могли бы Вы закрыть окно?»
- 7.Используй местоимения множественного числа.** — «*Мы все так расстроились, но ...*»

Принципы речевого общения. Постулаты Грайса (Лича, Левинсона/Браун)

Итак, основные законы (принципы) речевого общения:

- 1. принцип кооперации** (общие правила организации речевого высказывания)
- 2. принцип вежливости** (правила речевого поведения: правила вежливости для избегания конфликтов)
- 3. принцип сохранения лица** (стратегии для маскировки намеренности речевых актов)

Принципы коммуникации: обобщение

**Принцип
кооперации
Г.П.Грайса**



Постулаты

1. **Количества**
(инф. не $>$, не $<$)
2. **Качества**
(инф. истинная)
3. **Отношения**
(все высказ. \rightarrow к теме)
4. **Способа**
(инф. ясно выражена)

**Принцип
вежливости
Дж.Лича**



Максимы

1. **Такта**
(затраты слушающ. \downarrow)
2. **Великодушия**
(выгода говорящ. \downarrow)
3. **Одобрения**
(порицание слуш. \downarrow)
4. **Скромности**
(похвала говорящ. \downarrow)
5. **Согласия** (разногласия \downarrow)
6. **Симпатии** (антипатия \downarrow)

**Принцип
Сохранения лица
С.Левинсона/П.Браун**



Компоненты

1. **Позитивная составляющая имиджа**
(дружеское отношение к партнеру)
2. **Негативная составляющая имиджа**
(уважительное отношение к партнеру при выражении просьб)

Принципы речевого общения

Принцип кооперации Г.П.Грайса,

Принцип вежливости Дж.Лича,

Принцип «сохранения лица» -- Левинсона/ Браун –

**всё это лишь - основа коммуникативного кодекса,
регулирующих речевое поведение коммуникантов.**

1.4 Невербальные средства общения



- **Невербальное общение** – это «язык жестов», включающий такие формы самовыражения, которые не опираются на слова и другие речевые символы.
- Невербальные средства коммуникации чрезвычайно разнообразны. В первую очередь, вся совокупность этих средств реализуется во время личного общения с людьми, при котором различного рода информация воспринимается через визуальную, акустическую, тактильную и ольфакторную системы



Язык невербальных компонентов общения

- первичные языки невербальной системы: система жестов, которая отличается от языка глухонемых, пантомима, мимика и т.д.
- вторичные языки невербальной системы: азбука Морзе, музыка, языки программирования.

С помощью слов передается 7% информации, звуковых средств (включая тон голоса, интонацию и т. п.) – 38%, мимики, жестов, позы (невербальное общение)– 55%.

Иными словами можно сказать, что важно не что говорить, а как это говорится.



Особенности невербальной коммуникации

Психологи считают, что в процессе общения непосредственно слова несут 10 % информации.

По мнению Франсуа Сюдже (автора книги «Правда о жестах»), в 55 % случаев информация поступает через жесты, мимику, а в 38 % – через интонацию.

Эффективность делового общения определяется умением правильно интерпретировать визуальную информацию, т.е. взгляд партнера, его мимику, жесты, а также тембр и темп речи.

Невербальные средства общения

1. Кинетические

Выразительные движения тела - Жесты, мимика, пантомимика, визуальный контакт;

2. Просодические средства (паралингвические)

Ритмико-интонационные характеристики речи - Интонация, громкость, темп, высота голоса, дикция

3. Такесические средства (тактильные)

Динамические прикосновения - Рукопожатия, поглаживания, похлопывания, объятия

4. Проксемические средства (пространственно-временные)

Пространственная организация общения - Ориентация и угол общения, дистанция, время, место, ситуация

5. Экстралингвические средства

Паузы и психофизиологические проявления - Паузы, вздохи, , смех, плач, зевание

6. Ольфакторные

Запахи - Запахи окружающей среды, тела человека);

Невербальные средства общения

Кинесика

Зрительно воспринимаемые движения другого человека

- Поза
- Мимика
- Жесты
- Походка
- Визуальный контакт (взгляд)

Просодика

Ритмико-интонационная сторона речи

- Интонация
- Громкость
- Тембр
- Ритм
- Высота
- Дикция

Такесика

Динамические прикосновения

- Рукопожатия
- Поцелуй
- Похлопывание

Проксемика

Пространственная структура общения

- Дистанция
- Ориентация и угол общения

Экстралингвистика

- Пауза
- Плач
- Вдох
- Смех
- Кашель

Основными невербальными средствами общения являются жесты.



- **Жесты-символы** - очень ограничены рамками той или иной культуры или местности, и являются самыми простыми приемами невербального общения.

Жесты-иллюстраторы - используются для пояснения сказанного (например указание рукой), также являются простыми приемами невербального общения.

Жесты-регуляторы - играют важную роль в начале и конце беседы. Один из таких жестов-регуляторов - рукопожатие. Это традиционная и древнейшая форма приветствия. Эти жесты являются более сложными приемами невербального общения.

Жесты-адапторы - сопровождают наши чувства и эмоции. Они напоминают детские реакции и проявляются в ситуациях стресса, волнения, становятся первыми признаками переживаний - нервное перебирание одежды, постукивание ногой, ручкой и т.д.

Особенности невербальных сообщений

- Контекстуальность,
- Многозначность,
- Спонтанность;
- Ненамеренность.

Устойчивыми и более или менее однозначными являются лишь знаки основных эмоциональных состояний человека: *радости, страха, гнева, внимания, удивления, презрения* и др.

Характеристики невербальной коммуникации

- **доверие этому каналу передачи информации выше, чем вербальному (поскольку область чувств, эмоциональная сфера не поддается прямому управлению, то и невербальные сообщения невозможно подделать);**
- **сложность процесса интерпретации невербального поведения;**

Характеристики невербальной коммуникации

Влияние факторов:

- **общая ситуация общения;**
- **индивидуальные особенности проявления состояний каждым из участников общения;**
- **пол;**
- **возраст;**
- **степень значимости партнеров друг для друга;**
- **культурные и этнические нормы особенности.**

Интерпретация невербальных сообщений

- уникальность невербального языка;
- изменчивость способов невербального выражения;
- зависимость успешности кодирования от умения человека адекватно выражать свои переживания, от уровня сформированности у него навыков кодирования невербальных сообщений.

Интерпретация невербальных сообщений

Интерпретация невербального поведения – творческий процесс, который требует от его участников:

- наблюдательности,
- интереса и внимания к людям,
- социального интеллекта,
- коммуникативной компетентности.

Характер информации при невербальной коммуникации

1 О личности коммуникатора, включая сведения о:

- темпераменте;
- эмоциональном состоянии в данной ситуации;
- «Я»-образе и самооценке;
- личностных качествах;
- коммуникативной компетентности;
- социальном статусе;
- принадлежности к определенной группе или субкультуре;

Характер информации при невербальной коммуникации

2. Об отношении участников коммуникации друг к другу:

- желаемом уровне общения;
- характере, или типе, отношений (доминирование — зависимость, расположение — нерасположение);
- динамике взаимоотношений (стремление поддерживать общение, прекратить его или «выяснить отношения» и т. д.);

Характер информации при невербальной коммуникации

3. Об отношении участников коммуникации к самой ситуации:

- включенности в данную ситуацию (комфортность, спокойствие, интерес);
- стремлении выйти из нее (нервозность, нетерпение и т. д.).

Функции невербальной коммуникации

- **Дополнения (сопровождения):** невербальное сообщение сопровождает вербальное. Невербальные средства в этом случае делают речь более выразительной, уточняют и проясняют ее содержание. Так, привлечь внимание слушателя можно, повышая громкость голоса, делая паузы или жестикулируя (например, поднятый вверх указательный палец как знак «это важно»).
- **Опровержения:** невербальное сообщение противоречит вербальному. Именно потому, что невербальное поведение меньше контролируется сознанием, оно может опровергать сказанное. Если на вопрос: «Вам интересно?» - ваш собеседник демонстрирует замешательство, отводит глаза в сторону, извиняюще улыбается и при этом говорит: «В общем, да», — то следует усомниться в правдивости его ответа.

Функции невербальной коммуникации

- **Замещения:** невербальное сообщение используется вместо вербального. Например, в шумной аудитории жестами пальцев рук можно передать находящемуся вдали от вас приятелю, что нужно выйти поговорить. Или во время лекции преподаватель может без слов, с помощью взгляда студента, который мешает.
- **Регулирования:** невербальные средства используются для координации взаимодействия между людьми. Тон голоса, сообщающий о завершении фразы, взгляд на часы или постукивание по ним со стороны ведущего как сигнал завершения речи выступающего – эти и многие другие знаки регулируют течение коммуникации.

Виды невербальных проявлений

- **Подтверждение.**
Невербальное сообщение может подтверждать и повторять то, что было сказано словами.
Например, если руководитель вместе с сотрудником разбирается со сложностями, которые ему встретились в процессе выполнения задания, при этом медленно кивает головой с сопереживающим выражением лица, то он невербально подтверждает сочувствие и понимание.
- **Отрицание.**
Невербальное сообщение может отрицать вербальное.
Если в ответ на обращенный к сотруднику вопрос, не обиделся ли он на замечания по поводу его отчета, тот отвечает с улыбкой, что не расстроен, и при этом отводит взгляд, избегая визуального контакта, то его невербальное послание отрицает сказанное им.

Виды невербальных проявлений

- **Усиление.**

Невербальное сообщение может усиливать и акцентировать сказанное, т. е. увеличивать интенсивность сказанного и придавать ему ту или иную эмоциональную окраску.

Например, руководитель проводит «разбор полетов», анализируя неудачный результат, при этом он хмур, не улыбочив, избегает визуального контакта с подчиненными, нервно вертит в руках ручку — таким образом он подчеркивает, что недоволен.

- **Контроль и регуляция.**

Невербальные послания часто используются для регуляции того, что происходит в процессе взаимодействия, для контроля над поведением другого.

Например, кивки одного из собеседников свидетельствуют о последовательном понимании речи другого.