

# 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)

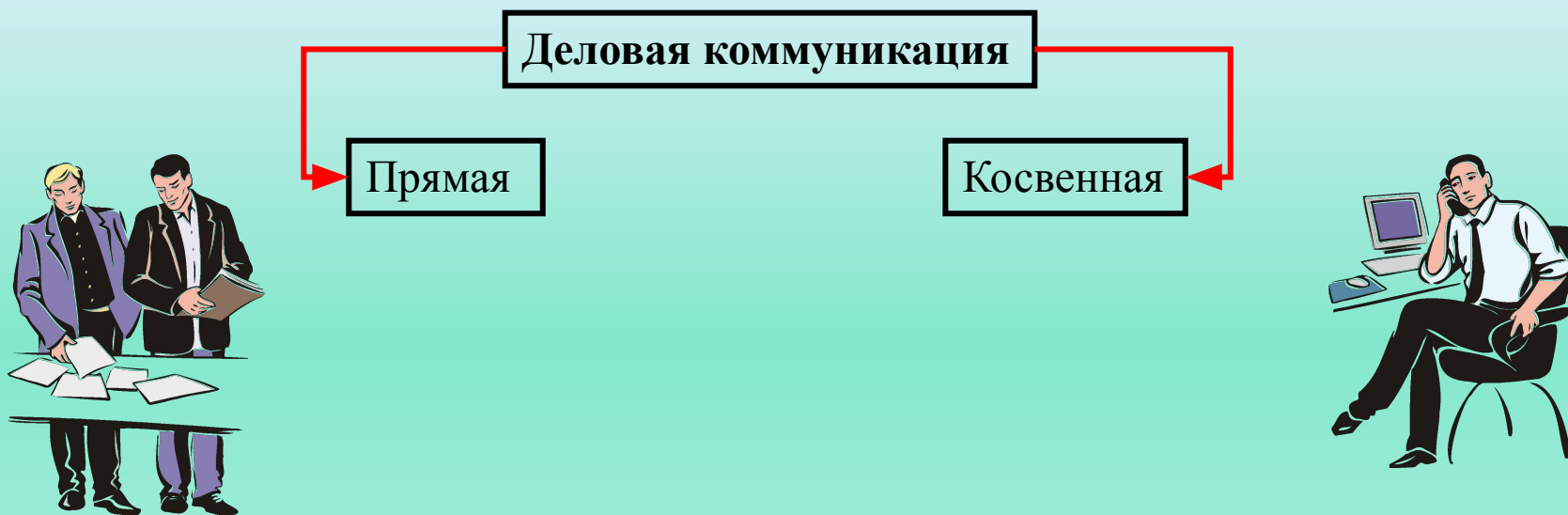
- Создание информации;
- Перевод информации из одной знаковой системы в другую;
- Размножение информации;
- Распространение информации;
- Потребление информации;
- Использование информации;
- Хранение информации;
- Разрушение информации



# 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, полемики



# 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

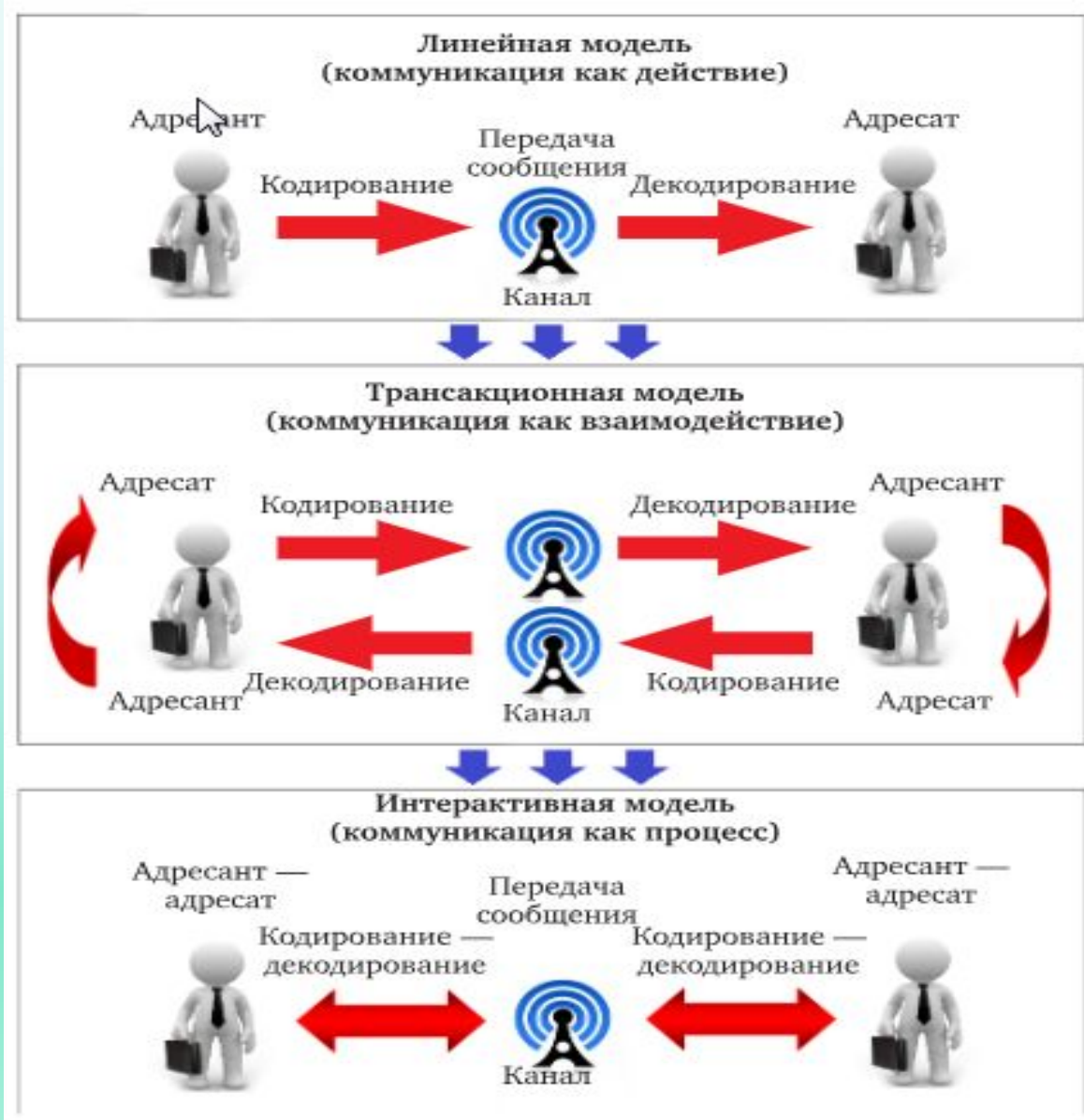
# Структурные компоненты коммуникативного процесса



# 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

<p>Владение вербальными и невербальными средствами общения</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Свободное владение языком, на котором осуществляется коммуникация, создает основу для взаимопонимания.</li><li>• Логичность, точность, краткость речи способствуют как уменьшению затрат при передаче сообщения, так и улучшению его восприятия.</li></ul> <p>Грамотное использование невербальных средств общения создает благоприятный морально-психологический фон, снижая коммуникативные барьеры</p>
<p>Выбор оптимального канала коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Канал выбирается исходя из особенностей адресата (целевой аудитории), сложности передаваемой информации и т. д. и способствует достижению требуемого эффекта.</li><li>• Грамотно выбранный канал может снизить временные и материальные издержки на донесение информации</li></ul>
<p>Наличие обратной связи</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Обратная связь позволяет определить, получил ли адресат сообщение и правильно ли он понял его содержание.</li><li>• Ответная реакция адресата дает возможность выяснить его отношение к полученной информации и скорректировать свою коммуникативную стратегию</li></ul>
<p>Эмпатия и рефлексия</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Эмпатия — способность к постижению эмоционального состояния партнера по общению в форме сопереживания — помогает определить направление коммуникативного воздействия на партнера для достижения необходимого эффекта.</li></ul> <p>Рефлексия — способность понимать, как Вы воспринимаетесь партнером по общению — позволяет скорректировать свое коммуникативное поведение</p>

## 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 (листовки, 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 говорится, 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.