

ЛЕКЦИЯ 3.
ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ:
ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА

ПЛАН:

- 3.1. Структура и функции делового общения.
- 3.2. Перцептивная сторона делового общения.
- 3.3. Интерактивная сторона делового общения.
- 3.4. Коммуникативная сторона делового общения.
- 3.5. Барьеры в общении.

СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- **Деловое общение** – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Оно отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером без потерь для обеих сторон.
- **Деловое общение выполняет следующие функции:**
- обмена информацией;
- познания сотрудниками организации друг друга и налаживания взаимоотношений;
- обеспечения самореализации и самовыражения;
- организации деятельности;
- влияния (воздействия) на других людей

СТРУКТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

- 1) Перцептивная, связанная с процессом *межличностной перцепции* – восприятием деловыми партнерами друг друга. Восприятие в деловом общении - целостный образ партнера по общению, складывающийся на основе его внешнего вида и поведения.
- 2) Коммуникативная
- 3) Интерактивная.

3.2. ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Социальный стереотип - это устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

- Установка - неосознанная готовность человека определенным привычным образом воспринимать и оценивать людей и реагировать определенным, заранее сформированным образом без полного анализа конкретной ситуации.

⦿ Установки :

- ⦿ **Позитивная установка** - мы переоцениваем положительные качества и даем человеку большой аванс, который проявляется в неосознаваемой доверчивости.
- ⦿ **Негативная установка** - приводит к тому, что воспринимаются в основном отрицательные качества другого человека, что выражается в недоверчивости, подозрительности.
- ⦿ **Адекватная установка:** у каждого человека есть как положительные, так и отрицательные качества.

1. Фактор привлекательности (ошибка привлекательности).

Знаками привлекательности являются усилия, которые затрачиваются человеком для того, чтобы соответствовать социально одобряемому типу внешности. Ошибка привлекательности заключается в зависимости оценки личности от внешней привлекательности человека (Эффект красоты).

2. Фактор превосходства (ошибка статуса). Люди вступающие в общение отличаются друг от друга по разным характеристикам: по культурному уровню, социальному статусу, жизненному опыту и т.д.

- ◉ Во многих случаях оценка личностных качеств человека зависит от *его социального статуса*.
- ◉ Люди склонны переоценивать тех людей, которые превосходят их по какому-то существенному для них параметру.

3.3. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ (ИНТЕРАКТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ)

- Кооперация, или кооперативное взаимодействие, - это координация, упорядочивание, комбинирование, сложение усилий каждого участника совместной деятельности в общее дело. Для руководителя главное - анализ вклада участников взаимодействия и степени включенности их в это взаимодействие.
- Конкуренция - это соперничество, борьба за достижение наилучших результатов в какой-либо деятельности (например, борьба за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли и т.п.). Здесь чаще всего возникают конфликты. И поэтому руководителю необходимо постоянно анализировать конфликтные ситуации, вести плановую профилактическую работу. Частным видом конкуренции является соревнование.

3.4. Коммуникативная сторона делового общения

Слово **коммуникация** происходит от лат. *communico* = делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией подразумевают общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т.п.

Основные элементы в структуре коммуникации:

- Отправитель
- Получатель
- Сообщение
- Канал коммуникации
- Эффект
- Обратная связь
- Барьеры коммуникации
- Контекст

○ *Ключевым элементом структуры коммуникации являются барьеры коммуникации.*

Под **барьерами коммуникации** понимаются помехи, которые искажают смысл сообщения, препятствуют эффективному общению

3.5. *БАРЬЕРЫ В ОБЩЕНИИ*

- ◉ *Мотивационный барьер* возникает, если у партнеров разные мотивы вступления в контакт, например: один заинтересован в развитии общего дела, а другого интересует только немедленная прибыль. В таком случае лучше с самого начала выяснить намерения друг друга, согласовать мотивы сотрудничества. Если это не удастся, совместная работа обречена на неудачу.
- ◉ *Барьер некомпетентности.* Некомпетентность партнера вызывает чувство досады, ощущение потерянного времени. Если партнер совсем не разбирается в проблеме, лучше вежливо «свернуть» разговор; если он владеет вопросом частично, а обратиться больше не к кому, нужно ввести его в курс дела, не подчеркивая при этом свою большую осведомленность.
- ◉ *Этический барьер* возникает тогда, когда взаимодействию с партнером мешает его нравственная позиция, несовместимая с вашей. Идти ли на компромисс, каждый решает сам, а вот пытаться перевоспитать или стыдить партнера не рекомендуется.

БАРЬЕРЫ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ

- ⊙ *Эстетический барьер*
- ⊙ *Барьер отрицательных эмоций*
- ⊙ *Состояние здоровья человека, физическое или духовное*
- ⊙ *Психологическая защита*
- ⊙ *Барьер установки*
- ⊙ *Барьер двойника*

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ

- ◉ Семантический барьер
- ◉ Неумение выразить свои мысли (логический барьер)
- ◉ Плохая техника речи (фонетический барьер)
- ◉ Неумение слушать
- ◉ Барьер модальностей
- ◉ Барьер характера
- ◉ Невежливость

КАК ПРЕОДОЛЕТЬ БАРЬЕРЫ В ОБЩЕНИИ?

○ Наши типичные ошибки:

- 1) *неправильные ожидания в отношении партнера* (неправильные ожидания возникают в результате следующей ошибки: если мы знаем человека недостаточно, лишь какую-то его положительную или отрицательную черту, то нередко достраиваем его образ как положительный или отрицательный, а потом связываем свои ожидания с нами же созданным образом);
- 2) *нам кажется, что партнер должен догадываться о том, что мы чувствуем* (лучше сразу четко сформулировать свои ожидания, объяснить причины и т.д.);
- 3) *не улавливаем подтекст разговора* (часто мы не предполагаем, что партнер тоже может прямо не высказывать свои желания и истинное настроение);
- 4) *если поведение человека нам неприятно, нам кажется, что он плохо к нам относится или даже делает это нам назло;*
- 5) *мы стараемся оправдать ожидания собеседника* (в общении с хорошим человеком это приводит к неестественности отношений, которая нередко обнаруживается в самый неподходящий момент; если же мы идем на поводу у манипулятора, последствия еще хуже.).