

Дисциплина: Психология делового общения

Тема: Психология общения.

План лекции:

- 1. Общение: виды, структура, функции.**
- 2. Восприятие и понимание в процессе общения.**
- 3. Общение как коммуникация.**
- 4. Общение как взаимодействие.**

Литература

1. **Арская Л.П.** Японские секреты управления. - М., "Универсум", 1991.
2. **Голубкова Е.Н.** Маркетинговые коммуникации. – М.: Издательство «Финпресс», 2014.
3. **Зверицев А.Б.** Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR: 2-е издание, испр. – СПб.: СОЮЗ, 1997.
4. **Клаус Эдвард.** Персонал управления для 2000 года. // Проблема теории практики управления, 1992, N 4, с.22-26.
5. **Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.** Основы менеджмента: Пер. с англ. - М., "Дело", 2015.
6. **Политическое консультирование** – М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
7. **Почепцов Г.Г.** Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000.

8. Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учеб. пос. Пензу, ПГУ, 2001.

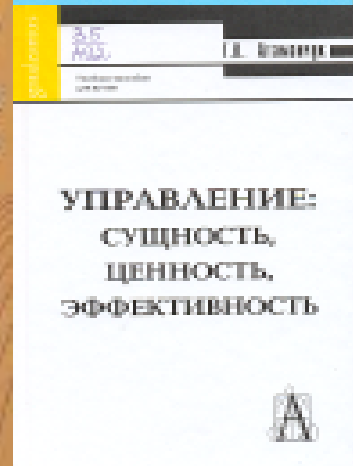
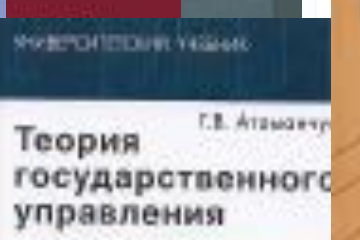
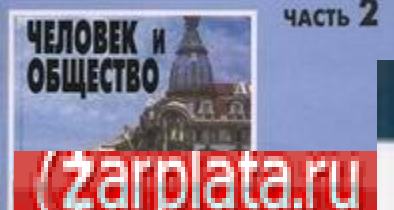
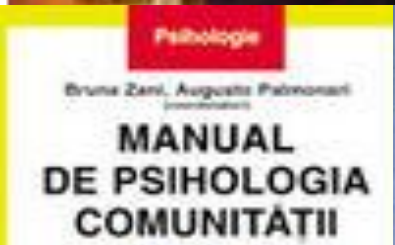
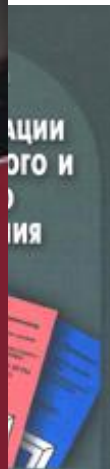
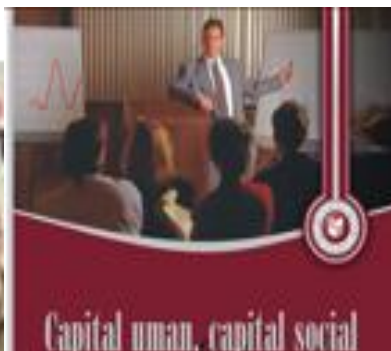
Серебрянников В.В. Социология войны. 1998.

9. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М.: «социальные отношения» , «Перспектива»,.2012.

10. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). – Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2016.

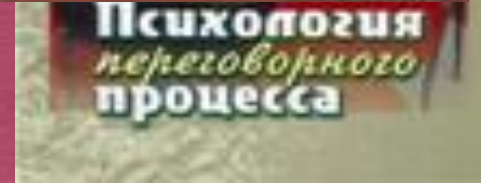
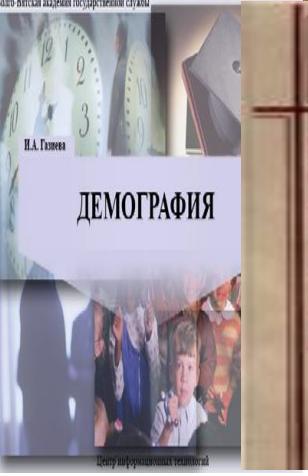
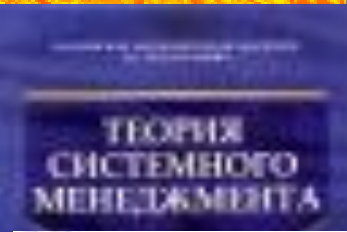
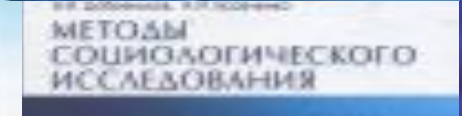
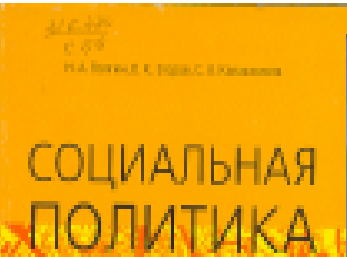
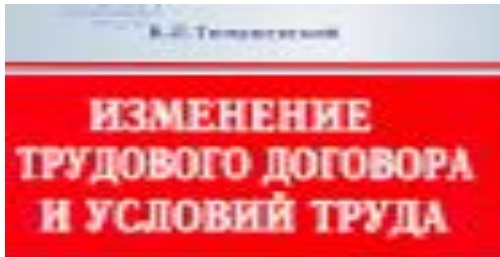
11. Я.Накасоне, Я.Мураками, С.Сато, С.Нисибе. После холодной войны (совместное исследование). Пред. М.Л. Титаренко и др.- М., "Прогресс"- "Универс", 1993.

BIBLIOGRAFIE:



Дефицитные профессии и перспективы





Виды общения

ВЫДЫ ОБЩЕНИЯ

→ 1. «Контакт масок»

→ 2. Формально-ролевое общение

→ 3. Светское общение

→ 4. Манипулятивное общение

→ 5. Духовное межличностное общение

→ 6. Деловое общение

**ФОРМАЛЬНОЕ
(ролевое) общение**
определяемое
служебными
и социальными
статусами людей

**НЕФОРМАЛЬНОЕ
(личностное)
общение**
определяемое их
личностными
статусами и личными
целями

Виды общения

В зависимости от используемой техники общения и общения его целей можно выделить следующие виды:

1. «Контакт масок» — формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учесть особенности личности собеседника. В процессе общения используются привычные маски вежливости, строгости, безразличия, участливости и т.д., то есть набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть отношение к собеседнику. В некоторых ситуациях контакт масок необходим для того, чтобы не вступать в личный контакт.

2. Формально-ролевое общение, в котором регламентированы и содержание, и средства общения социальными ролями партнеров по общению: врач и пациент, милиционер и нарушитель правил дорожного движения, контролер и пассажиры автобуса и т.д.

Виды общения

3. Светское общение, носит ритуализированный характер, определяемое формальной вежливостью. Люди фактически не общаются, говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях. Их точки зрения на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций.

4. Манипулятивное общение, направленное на получение односторонней выгоды от собеседования с использованием манипулятивной техники воздействия на партнера по общению (лесть, обман, демонстрация силы, демонстрация слабости, демонстрация доброты, «пускание пыли в глаза», запугивание и т.п.) в зависимости от особенностей личности собеседника.

5. Духовное межличностное общение между людьми, при котором раскрываются глубинные структуры личности. Духовное общение характеризуется взаимопониманием между людьми, а в его основе лежит доверие к личности собеседника.

6. Деловое общение, направленное на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата.

Виды общения

Формальное (ролевое) общение, определяемое служебными и социальными статусами людей, **и неформальное (личностное)**, определяемое их личностными статусами и личными целями, **переплетаются и могут переходить одно в другое.** Общение — сложный многогранный процесс, включающий:

- формирование определенных образцов и моделей поведения;
- взаимодействие людей;
- обмен информацией;
- взаимное влияние людей друг на друга;
- формирование отношений между людьми;
- взаимное переживание и понимание людьми друг друга;
- формирование образа внутреннего «Я» человека.

Наиболее простая **модель общения** может быть представлена схемой:



Виды общения

Основные составляющиеся из которых складывается общение:

Чувство юмора

Подход к самому общению



Темп речи

Способность выразить свои мысли

Четыре цели для общения людей:

- цель общения находится вне самого взаимодействия субъектов;
- цель общения заключена в нем самом;
- цель общения состоит в приобщении партнера к опыту и ценностям инициатора общения;
- цель общения — приобщение его самого (инициатора) к ценностям партнера.

Виды общения. Деловое

Деловое общение — общение, имеющее цель вне себя и служащее способом организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой и т.д..

Деловое общение представляет собой особую форму взаимодействия людей в процессе определенного вида трудовой деятельности, которая содействует установлению нормальной морально-психологической атмосферы труда и отношений партнерства между руководителями и подчиненными, между коллегами, создает условия для продуктивного сотрудничества людей в достижении значимых целей, обеспечивая успех общего дела

Виды общения. Деловое

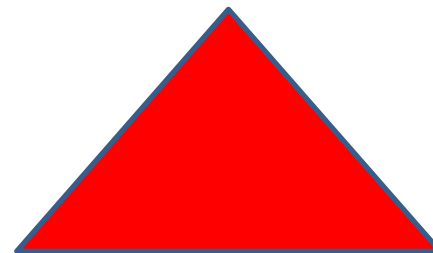
Производственное взаимодействие может и не быть общением в том случае, если другой субъект выступает в качестве объекта. Например, **при жестко авторитарном стиле руководства отношение начальника к подчиненному выступает в основном как отношение субъекта к объекту. В этом случае формой отношений является дисциплина** — принцип строгого регулирования иерархического соположения управляющего и управляемого. **Управляемый лишен свободы действия, право принятия решения предоставлено управляющему субъекту, и потому связь между ними асимметрична, монологична, а не диалогична.**

ДЕЛО

Предметом делового общения является дело:

C1

C2



Виды общения. Деловое

Содержание делового общения — социально-значимая совместная деятельность людей, которая предполагает согласованность действий, понимание и принятие каждым ее участником целей, задач и специфики этой деятельности, своей роли и своих возможностей по ее реализации.

Цель делового общения — организация и оптимизация определенного вида совместной предметной деятельности.

Помимо общей цели делового общения, в нем можно выделить и личные цели, реализуемые участниками общения:

- **стремление к личной безопасности** в процессе социальной деятельности, что часто проявляется в уходе от ответственности;
- **стремление к повышению своего жизненного уровня;**
- **стремление к власти**, т.е. стремление расширить круг своих полномочий, продвинуться вверх по служебной лестнице, избавиться от бремени иерархического контроля;
- **стремление повысить свой престиж**, что часто сочетается со стремлением укрепить престиж занимаемой должности и самой организации.

Виды общения. Деловое

Основные этико-психологические принципы делового общения, с целью реализации делового общения:

1) принцип создания условий для выявления творческого потенциала и профессиональных знаний личности, на основе которого возможно согласовать личные цели сотрудника с общими целями организации;

2) принцип полномочий и ответственности, регламентирующий деловое общение в рамках служебных прав и обязанностей в соответствии со служебным статусом сотрудника, оценку его деловых качеств и использование его квалификации и опыта.

Виды общения. Функции делового общения

Под функциями общения понимают те роли и задачи, которые выполняет общение в процессе социального бытия человека. Функции общения многообразны и существуют различные основания для их классификации.

Одно из общепринятых оснований классификации — **выделение в общении трех взаимосвязанных сторон или характеристик:**

- **перцептивной** — процесса восприятия и понимания людьми друг друга в процессе общения;
- **информационной** — процесса обмена информацией;
- **интерактивной** — процесса взаимодействия людей в общении.

Виды общения. Функции делового общения

ФУНКЦИИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ: 1. Аффективно-коммуникативная {перцептивная} функция, в основе которой лежит восприятие и понимание другого человека, партнера по общению, **направлена на регуляцию эмоциональной сферы психики человека**, поскольку общение является важнейшей детерминантой эмоциональных состояний человека. Весь спектр специфически человеческих эмоций возникает и развивается в условиях общения людей — происходит либо сближение эмоциональных состояний, либо их поляризация, взаимное усиление или ослабление.

2. Информационно-коммуникативная функция общения заключается в любом виде обмена информацией между взаимодействующими индивидами, мыслей, чувств, и поведения партнеров. Обмен информацией в общении имеет свою специфику: осуществляется между двумя индивидами, каждый из которых является активным субъектом.. **3. Регуляционно-коммуникативная (интерактивная) функция** общения заключается в регуляции поведения и непосредственной организации совместной деятельности людей в процессе их взаимодействия. В этом процессе человек может воздействовать на мотивы, цели, программы, принятие решений, на выполнение и контроль действий, т.е. на все составляющие деятельности своего партнера, включая взаимную стимуляцию и коррекцию поведения.

Виды общения. Особенности делового общения

Партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;

. общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;

. основная задача делового общения - продуктивное сотрудничество.

Уметь общаться означает уметь разбираться в людях и на этой основе строить свои взаимоотношения с ними, что предполагает знание психологии общения. В процессе общения люди воспринимают друг друга, обмениваются информацией и взаимодействуют.

Анализ общения в единстве трех его сторон:

- 1) общение как восприятие,**
- 2) общение как коммуникация и**
- 3) общение как взаимодействие.**

Особенности делового общения

Восприятие и понимание в процессе общения

Общение определяется тем представлением о партнере, которое складывается в **восприятии: образа партнёра, в понимании целей, мотивов, установок друг друга, принятие целей, позволяющее установить взаимоотношения, в межличностной перцепции, или межличностном восприятии.**

Личное восприятие — получение и обработка одним субъектом общения информации о другом — ошибочно считается несложным процессом, но на точность восприятия влияет множество характеристик субъектов восприятия.

В качестве субъекта и объекта восприятия могут выступать отдельные личности и целые группы людей. При этом возникают так называемые **эквиваленты личности.** При восприятии людьми друг друга можно выделить **несколько возможных ситуаций:** 1) «Я — Он» — восприятие одним индивидом другого как отдельной личности;

2) «Я — Они» — восприятие индивидом группы как единого целого;

3) «Мы — Они» — восприятие одной группой другой группы.

4) «Мы — Он» — восприятие группой индивида.

Особенности делового общения

Самовосприятие и обратная связь

Условием формирования адекватного представления личности о себе служат восприятие и анализ своего поведения с точки зрения других людей путем получения и изучения информации обратной связи. Процесс получения обратной связи во взаимодействии, на основе которой формируется образ самого себя, можно продемонстрировать на модели, разработанной американскими психологами и получившей название **окно Джохары**.

Окно Ажохари

Информация о котором индивид знает	Открытая зона I	Слепая зона II	Информация о котором индивид не знает
	Скрытая зона III	Неизвестная зона IV	

Представленный квадрат обозначает информацию о свойствах личности. Вертикальная линия делит эту информацию на две части: ту, которую индивид знает о себе (левая часть), и ту, которую он о себе не знает (правая часть). Горизонтальная часть делит всю информацию на известную другим об этом человеке (верхняя часть) и на неизвестную (нижняя часть).

Особенности делового общения

Самовосприятие и обратная связь

Окно Ажохари

Открытая зона I

Слепая зона II

Скрытая зона III

Неизвестная зона IV

Открытая зона (I) представляет собой сведения об индивиде, известные и ему о самом себе, и окружающим. Эти данные проявляются в ходе свободного открытого обмена личностной информацией между индивидом и другими людьми. Большая открытая зона предполагает доверительные отношения индивида с партнерами по общению.

Слепая зона (II) содержит информацию об индивиде, которая есть у других людей, но не известна ему самому, т.е. это мнение окружающих о личности в процессе общения с ней. При желании эту информацию индивид может получить при общении при помощи взглядов, реплик, видеотренинга.

Особенности делового общения

Самовосприятие и обратная связь

Окно Ажохари

Открытая зона I

Слепая зона II

Скрытая зона III

Неизвестная зона IV

Если эта точка зрения совпадает с мнением индивида, то дальнейшее общение происходит нормально. Если же полученная информация хуже мнения индивида о себе, то срабатывают защитные механизмы и либо может возникнуть конфликт, либо могут прерваться деловые отношения индивида с теми, кто эту информацию передал.

Если передаваемая информация намеренно завышена, то это воспринимается как **лесть**.

Вообще передача информации из слепой зоны (II) в открытую может использоваться как средство манипуляции сознанием других людей.

Особенности делового общения

Самовосприятие и обратная связь

Окно Ажохари

Открытая зона I

Слепая зона II

Скрытая зона III

Неизвестная зона IV

Скрытая зона (III) представляет собой информацию об индивиде, которая ему о себе известна, но скрыта от **окружающих**: дополнительные знания, умения, черты характера, манера поведения. По тем или иным причинам эти сведения либо скрываются от окружающих, либо не было случая их продемонстрировать.

Неизвестная зона (IV) включает сведения об индивиде, которые ни ему самому, ни окружающим неизвестны. **Это данные о его личностных особенностях и возможностях.**

Они могут проявиться лишь в особых экстремальных ситуациях, но могут не проявиться и в течение всей жизни. Размеры этого информационного пространства могут меняться в зависимости от того, в каком состоянии находится общение с данным человеком: в начале установления контактов или в состоянии установившихся отношений.

Особенности делового общения

Восприятие и роль социального стереотипа

Социальная перцепция, т.е. социальное восприятие, впервые был введен американским психологом Дж. Брунером. Назвав восприятие «социальным», он обратил внимание на то, что, несмотря на все индивидуальные различия, существуют какие-то общие, вырабатываемые в общении, в совместной жизни социально-психологические механизмы восприятия.

Восприятие как предметов, так и других людей зависит не только от индивидуально-личностных, но и от социокультурных факторов. Социальная значимость или незначимость объекта может восприниматься неадекватно. Так, к примеру, дети из бедных семей воспринимали размеры монеток больше их реальных размеров, а дети из богатых семей — наоборот, меньше. **Такой же деформации подвергаются и образы людей. Чем выше становится социальный статус, тем значимым он воспринимается.**

К психологическим механизмам восприятия в межгрупповом общении относят **процесс социальной стереотипизации**, суть которого заключается в том, что **образ другого человека строится на базе тех или иных типовых схем.** Под социальным стереотипом обычно понимается устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

Особенности делового общения

Восприятие и роль социального стереотипа

Любой социальный стереотип — это порождение и принадлежность к группе людей, и отдельные люди пользуются им лишь в том случае, если они относят себя к этой группе. Разные социальные группы, взаимодействуя между собой, вырабатывают определенные социальные стереотипы. Наиболее известны этнические или национальные стереотипы — представления о членах одних национальных групп с точки зрения других. Например, стереотипные представления о вежливости англичан, легкомысленности французов или о загадочности славянской души. Формирование образа другого человека осуществляется тоже путем стереотипизации. Почти каждый взрослый человек, имеющий опыт общения, способен по внешности человека, его одежде, манере говорить и поведению достаточно точно определить многие его социально-психологические характеристики: некоторые психологические особенности, возраст, социальный слой, примерную профессию. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях. В других же ситуациях почти всегда присутствует процент ошибок. И чем менее нейтральны отношения, чем больше люди заинтересованы друг в друге, тем больше вероятность ошибок.

Особенности делового общения

Восприятие и роль социального стереотипа

Образ партнера, который создается при знакомстве, — это регулятор последующего поведения.

Наше общение строится существенно различным образом в зависимости от того, с кем общаемся. **Для каждой категории партнеров есть как бы разные «техники» общения, выбор которых определяется характеристиками партнера.** Поэтому наиболее важные в данной ситуации характеристики — это те, которые позволяют отнести партнера к какой-то группе. Именно эти характеристики и воспринимаются достаточно точно. А остальные черты и особенности просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь проявляется вероятность ошибки. **Эти ошибки восприятия обусловлены, в частности, действием некоторых факторов: превосходства, привлекательности и отношения к нам.**

Особенности делового общения.

Факторы превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Люди, вступающие в общение, не равны: они отличаются своим социальным статусом, жизненным опытом, интеллектуальным потенциалом и т.д. При неравенстве партнеров схема восприятия, приводит к ошибкам неравенства. В психологии эти ошибки получили название **фактора превосходства.**

Схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Причем превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (ИЛИ недооценка) происходит по многим параметрам. Эта схема восприятия начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве.

Особенности делового общения.

Факторы превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Два источника информации по которой мы можем судить о превосходстве человека, например, в социальном положении или в интеллектуальном: **1) одежда человека**, его внешнее оформление, включая такие атрибуты, как знаки отличия, очки, прическа, награды, драгоценности, а в определенных случаях даже такая «одежда», как машина, оформление кабинета и т.д.; **2) манера поведения человека** (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т.д.).

Информация о превосходстве обычно так или иначе «закладывается» в одежду и манеру поведения, в них всегда есть элементы, свидетельствующие о принадлежности человека к той или иной социальной группе или его ориентации на какую-то группу. Эти элементы служат знаками групповой принадлежности и для самого носителя одежды и поведения, и для окружающих его людей. Понимание своего места в группе, в той или иной иерархии, а также положения других людей во многом определяют общение и взаимодействие. Поэтому выделение превосходства какими-то внешними, видимыми средствами всегда существенно.

Особенности делового общения.

Факторы превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Действие фактора привлекательности при восприятии человека заключается в том, что под его влиянием какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми. Ошибка здесь в том, что если человек нам нравится (внешне), то одновременно мы склонны считать его более умным, хорошим, интересным и т.д., т.е. опять-таки переоценивать многие его личностные характеристики. Например, в эксперименте А. Миллера учителям были предложены для оценки «личные дела» учеников и ставилась задача определить уровень интеллекта, планы на будущее, отношения со сверстниками. Секрет эксперимента состоял в том, что для оценки давалось одно и то же дело, но с разными фотографиями — красивых и некрасивых детей. Красивые дети получили более высокую оценку своих возможностей. **Чем больше внешне привлекателен для нас человек, тем он кажется лучше во всех других отношениях; если же он непривлекателен, то остальные его качества недооцениваются.**

Особенности делового общения.

Факторы превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Значит, привлекательность нельзя считать только индивидуальным впечатлением, она скорее носит социальный характер.

Поэтому знаки привлекательности надо искать, прежде всего, не в том или ином разрезе глаз или цвете волос, а в социальном значении того или иного признака человека. Ведь есть одобряемые и не одобряемые обществом или конкретной

Особенности делового общения.

Факторы превосходства, привлекательности и отношения к нам.

Фактор отношения к нам, действует таким образом, что люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, которые к нам относятся плохо. Знаком отношения к нам, запускающим соответствующую схему восприятия, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами.

Психологи, выявив мнения испытуемых по ряду вопросов, ознакомили их с мнениями по тем же вопросам, принадлежащим другим людям, и просили их оценить эти мнения. Оказалось, что чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека. Это правило имело обратную силу: чем выше оценивался некто, тем больше сходство его взглядов с собственными. Убежденность в этом предполагаемом «родстве души» была настолько велика, что разногласий с позицией привлекательного лица испытуемые попросту не замечали. Важно, чтобы во всем было согласие, и тогда включается фактор отношения к нам..

Особенности делового общения.

Механизмы восприятия и понимания.

Психологическими механизмами восприятия и понимания при межличностном общении являются **идентификация, эмпатия и рефлексия.**

Наиболее простой способ понимания другого человека обеспечивается **идентификацией — уподоблением себя ему.** При идентификации человек как бы ставит себя на место другого и определяет, как бы он действовал в подобных ситуациях. **Методика Д. Карнеги**, изложенная им в книге «Как оказывать влияние на людей», основана в значительной степени на механизме идентификации.

Очень близка к идентификации **эмпатия — понимание на уровне чувств, стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека.**

Ситуация другого человека не столько продумывается, сколько прочувствуется. К. Роджерс определял эмпатическое понимание как «**умение войти внутрь личного мира значений другого человека и увидеть, правильно ли мое понимание.** Эмпатическое понимание возможно в отношении немногих, поскольку составляет тяжелую нагрузку для психики. С точки зрения характеристики общения и **идентификация, и эмпатия требуют решения еще одного вопроса — как тот, другой, партнер по общению, будет понимать меня...**

Особенности делового общения.

Механизмы восприятия и понимания.

Процесс понимания друг друга опосредован процессом рефлексии. В социальной психологии под рефлексией понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание другого, но знание того, как другой понимает меня, т.е. своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга. Холмс выделил три позиции Джона и три позиции Генри:

- 1) Джон, каков он есть сам по себе
- 2) 1) Генри, каков он есть сам по себе
- 2) Джон, каким он сам себя видит 2) Генри, каким он сам себя видит
- 3) Джон, каким его видит Генри 3) Генри, каким его видит Джон.

Впоследствии Г. Ньюком и Ч. Кули усложнили ситуации, добавив четвертую позицию:

- Генри, каким ему представляется его образ в сознании Джона;
- Джон, каким ему представляется его образ в сознании Генри

Особенности делового общения.

Механизмы восприятия и понимания.

Общая модель рефлексии представлена в учебнике по социальной психологии **Г. Андреевой**. **Есть два субъекта общения: А и Б. Между ними устанавливаются коммуникации:**

А → Б

Б → А

Кроме того, у А и Б есть представление о самих себе: А—Ах, а Б—Бх а также представление о другом: у А—Б2, у Б—А2.

Взаимодействие в процессе общения осуществляется следующим образом: А (в качестве Ах) обращается к Б2, Б реагирует (в качестве Бх) на А2. Насколько это близко к реальным А и Б еще надо исследовать, ибо ни А, ни Б не знают, что имеют несовпадающие с реальностью АЛ, Би А2, Бх и при этом между А и А2, Би Б2 нет каналов коммуникации. Ясно, что успех общения будет максимальным при минимальном разрыве в линии А—Ах—А2 и. Б—Бх—Б2. **ЕСЛИ выступающий (А) имеет неверное представление о себе (Л), О слушателях (Б2) и, главное, о том, как его воспринимают слушатели (А2), то его взаимопонимание с аудиторией будет исключено.** Приближение всего этого комплекса представлений друг другу — сложный процесс, требующий специальных усилий.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Деловое общение — это, прежде всего, коммуникация, т.е. обмен информацией, значимой для участников общения.

Коммуникация должна быть эффективной, способствовать достижению целей участников общения, что предполагает выяснение следующих вопросов: 1) каковы средства коммуникации и как правильно

СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

барьеры непонимания, сделать коммуни

Невербальные

А. Мейерабиан: – 55%

Бердвиссл – 65%

Вербальные

А. Мейерабиан:

только слов – 7%

Бердвиссл:

-- занимает менее 35%

Звуковые:

Тон голоса, интонация звука

А. Мейерабиан: – 37%

Между вербальными и невербальными средствами общения существует среднестатистическое распределение функций: по словесному каналу передается 35%

СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

**РЕЧЕВЫЕ
ВЕРБАЛЬНЫЕ**

**НЕРЕЧЕВЫЕ
НЕВЕРБАЛЬНЫЕ**

ХАРАКТЕРИСТИКИ

ВИДЫ

Значение речи и языка

Визуальные

Свойства речи и языка

Акустические

Функции речи и языка

**Тактильно-
кинестезические**

Виды речи и языка

Ольфакторные

Деловое общение. Общение как коммуникация.

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ

КИНЕСИКА

Экспрессивно-выразительные движения

Поза

Жест

Мимика

Визуальный контакт (взгляд)

Длина паузы

ПРОСОДИКА и ЭКСТРАЛИНГВИСТИКА

Интонация

Громкость

Плачь

Кашель

Тембр

Пауза

Вздых

Смех

Направление движения

Чистота контакта

ТАКЕСИКА

Рукопожатие

Поцелуй

Похлопывание

ПРОКМЕСИКА

Ориентация

Дистанция

Деловое общение. Общение как коммуникация. Кинесические средства

Наиболее значимые — кинесические средства — зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении. К кинесике относятся выразительные движения, проявляющиеся в мимике, позе, жесте, взгляде, походке.

Особая роль в передаче информации отводится мимике — движениям мышц лица, которое недаром называют зеркалом души. Исследования показали, что при неподвижном или невидимом лице лектора теряется до 10—

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Кинесические средства

МИМИЧЕСКИЕ КОДЫ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ

Части и элементы лица	Эмоциональные состояния					
	Гнев	Презрение	Страдание	Страх	Удивление	Радость
Положение рта. Губы	Рот открыт	Рот закрыт		Рот открыт Уголки губ приподняты	Рот обычно закрыт Уголки губ приподняты	
Форма глаз	Глаза раскрыты или сужены	Глаза сужены		Глаза широко раскрыты	Глаза прищурены или раскрыты	
Яркость глаз	Глаза блестят	Глаза тусклые		Не выражен	Глаза блестят	
Положение бровей	Брови сдвинуты к переносице			Брови подняты вверх		
Уголки бровей	Внешние уголки бровей подняты вверх			Внутренние уголки бровей подняты вверх		
Лоб	Вертикальные складки на лбу и переносице			Горизонтальные складки на лбу		
Подвижность лица	Лицо динамичное			Лицо застывшее		Лицо динамичное

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Кинесические средства

Исследования психологов показали, что все люди независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью и согласованностью интерпретируют эти мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. С мимикой очень тесно связан взгляд, или визуальный контакт, составляющий исключительно важную часть общения. **Когда человек только формулирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону («в пространство»), когда мысль полностью готова, — на собеседника.**

Если речь идет о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудность преодолевается, — больше. Тот кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера — смотрит только для того, чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи. Визуальный контакт свидетельствует о расположении к общению. Если на нас смотрят мало, то мы имеем все основания полагать, что к нам или к тому, что мы говорим и делаем, относятся плохо, а если на нас обращают слишком много внимания, то это свидетельствует о хорошем к нам отношении

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Кинесические средства

С помощью глаз передаются самые точные сигналы о состоянии человека, поскольку расширение и сужение зрачков не поддается сознательному контролю. При постоянном освещении зрачки могут расширяться или сужаться в зависимости от настроения. Если человек возбужден или заинтересован чем-то или находится в приподнятом настроении, его зрачки расширяются в четыре раза против нормального состояния. Наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет зрачки сужаться. **Мимические выражения лица сознательно контролируются во много раз лучше, чем движения тела.** Когда человек хочет скрыть свои чувства или передает заведомо ложную информацию, лицо становится малоинформативным, а тело — **главным источником информации для партнера.** Информацию несут такие движения человеческого тела, как **поза, жест, походка.** Поза — это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, элементарная единица пространственного поведения человека.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Кинесические средства

Закрытые позы (человек пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве; «наполеоновская» поза стоя: руки, скрещенные на груди, и сидя: обе руки упираются в подбородок и т.п.) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики. **Открытые позы** (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта. Есть **ясно читаемые позы раздумья** (поза роденовского мыслителя), **позы критической оценки** (рука под подбородком, указательный палец вытянут к виску). **Если человек заинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и наклоняться в его сторону, если не очень заинтересован, наоборот, отклоняться в сторону и откидываться назад. Человек, желающий заявить о себе, «поставить себя», будет стоять прямо, в напряженном состоянии, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра; человек же, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, спокоен, находится в свободной непринужденной позе.**

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Кинесические средства

Конкретный смысл отдельных жестов различен в разных культурах. Во всех культурах есть **сходные жесты**: **1) коммуникативные** — жесты приветствия, прощания, привлечения внимания, запретов, утвердительные, отрицательные, вопросительные и т.д.; **2) модалные** — выражающие оценку и отношение (жесты одобрения, неодобрения, доверия и недоверия, растерянности и т.п.); **3) описательные** — имеющие смысл только в контексте речевого высказывания.

Конгруэнтность, т.е. совпадении жестов и речевых высказываний. Речевые высказывания и жесты, должны совпадать. Противоречие между жестами и смыслом высказываний является сигналом лжи.

Походка человека, т.е. манера передвижения, по которой довольно легко распознать его эмоциональное состояние. По походке можно узнать такие эмоции, как гнев, страдание, гордость, счастье. **Самая тяжелая походка при гневе, самая легкая — при радости, вялая, угнетенная походка — при страданиях, самая большая длина шага — при гордости.** Выводы о том, что может выражать походка, делаются на основе сопоставления физических характеристик походки и качеств личности, выявленных с помощью тестов.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Просодические и экстралингвистические средства

Просодика — это общее название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила ударения. **Экстралингвистическая система** — это включение в речь пауз, а также различного рода психофизиологических проявлений человека: плача, кашля, смеха, вдоха и т.д. Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения; они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния. Энтузиазм, радость и недоверие обычно передаются высоким голосом, гнев и страх — тоже довольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звуков. Горе, печаль, усталость обычно передают мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы. Скорость речи отражает чувства: быстрая речь — взволнованность или обеспокоенность; медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости. По голосу можно определить, какое движение совершается в момент произнесения той или иной фразы. Наблюдая за жестами в ходе речи, можно определить, каким голосом говорит человек. Иногда жесты и движения могут противоречить тому, что сообщает голос.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Такесические средства

К такесическим средствам общения относятся динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя. Эти средства общения являются биологически (не просто сентиментальной особенностью) необходимой формой стимуляции общения. Использование человеком в общении такесических средств определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнера, возраст, пол, степень их знакомства.

Рукопожатия, например, делятся на три типа: **доминирующее** (рука сверху, ладонь развернута вниз), **покорное** (рука снизу, ладонь развернута вверх) и **равноправное**.

Похлопывание по плечу, возможен при условии близких отношений, равенства социального положения общающихся.

Такесические средства общения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют в общении функции индикатора статусно-ролевых отношений, символа степени близости общающихся. Неадекватное использование личностью такесических средств может привести к конфликтам в общении.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Проксемические средства

Общение всегда пространственно организовано. Американский антрополог Э. Холл, ввел термин «**проксемика**», что означает «близость» ориентация партнеров в момент общения и дистанция между ними. На проксемические характеристики общения влияют оказывают культурные и национальные факторы.

Нормы приближения человека к человеку-дистанции, определены четырьмя расстояниями:

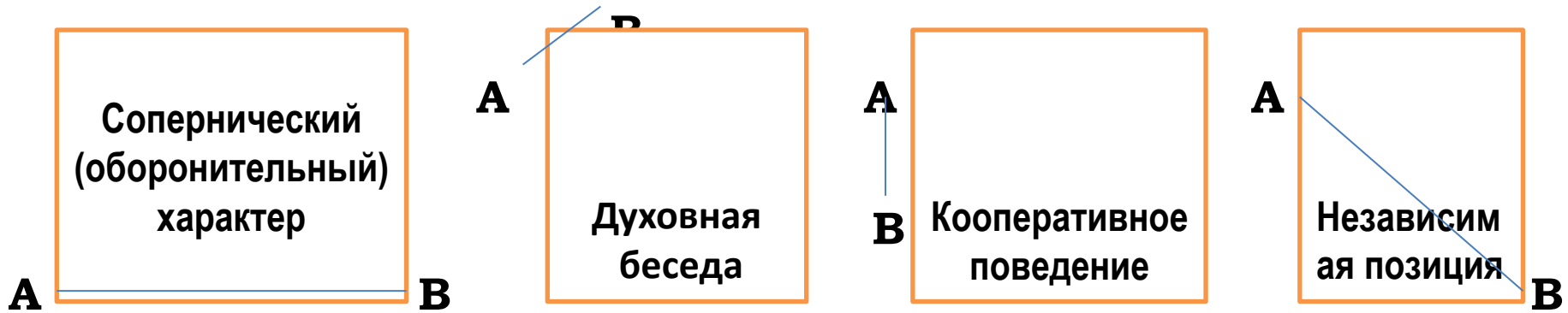
- **интимное расстояние** (от 0 до 45 см) — общение самых близких людей;
- **персональное** (от 45 см до 1 м 20 см) — общение со знакомыми людьми;
- **социальное** (от 1 м 20 см до 3 м 60 см) — предпочтительно при общении с чужими людьми и при официальном общении;
- **публичное** (3 м 60 см и далее) — при выступлении перед различными аудиториями.

Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается негативно. **Ориентация и угол общения — проксемические компоненты невербальной системы.** Ориентация, выражаемая в повороте тела и носка ноги в направлении партнера или в сторону от него, сигнализирует о направлении мыслей. Положения общающихся сторон за столом определяются характером общения

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Проксемические средства

Позиции общающиеся сторон за столом



Невербальное поведение личности многофункционально. Оно:

- создает образ партнера по общению;
- выражает взаимоотношения партнеров по общению, формирует эти отношения;
- является индикатором актуальных психических состояний личности;
- выступает в роли уточнения, изменения понимания вербального сообщения, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного;
- поддерживает оптимальный уровень психологической близости между общающимися;
- выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Потеря информации

Капитан — адъютанту: Как вы знаете, завтра произойдет солнечное затмение, а это бывает не каждый день. Соберите личный состав в 5 часов утра на плацу, в походной одежде. Они смогут наблюдать это явление, а я дам им необходимые объяснения. Если будет идти дождь, то наблюдать будет нечего, в таком случае оставьте людей в казарме.

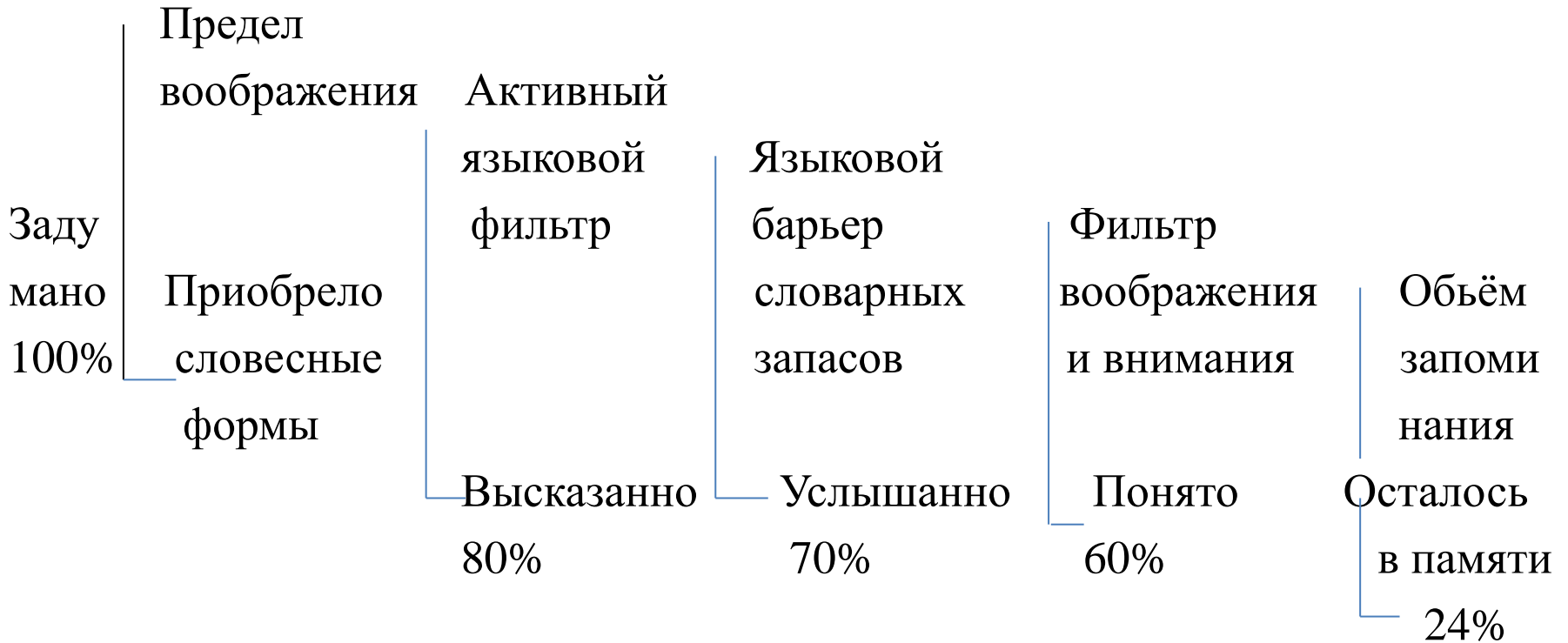
Адъютант — сержанту: По приказу капитана завтра утром произойдет солнечное затмение в походной одежде. Капитан на плацу даст необходимые объяснения, а это бывает не каждый день. Если будет идти дождь, наблюдать будет нечего, тогда явление состоится в казарме.

Сержант — капралу: По приказу капитана завтра утром в 5 часов затмение на плацу людей в походной одежде. Капитан даст необходимые объяснения насчет этого редкого явления, если будет дождливо, что бывает не каждый день.

Капрал — солдатам: Завтра в самую рань, в 5 часов, солнце на плацу произведет затмение капитана в казарме. Если будет дождливо, то это редкое явление состоится в походной одежде, а это бывает не каждый день.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Потеря информации



На каждом этапе происходят потери информации и ее искажение. Величина этих потерь определяется и общим несовершенством человеческой речи, невозможностью полно и точно воплотить мысли в словесные формы.

Понимание постоянно корректируется, поскольку общение это не просто передача информации (знаний, фактических сведений, указаний, приказаний, деловых сообщений и т.п.), а обмен информацией, предполагающей обратную связь.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Потеря информации

Процесс обмена информацией как система с обратной связью и шумом

Отправитель

Информация.
накопленный опыт

Получатель

Лицо
генерирующее
идею

Коди
рует

Сообщение

Вербальные или
невербальные
символы

Отби
рает

Канал

Речь письмо,
электронные
ср-ва связи

Пере
даёт
сооб
щение

Декодирует
и правильно
или не
правильно
понимает

Генератор идеи
декодирует отклик

ШУМ

Передаёт
сообщение

Канал

Отбирает

Сообщение

Отклик в адрес
отправителя

Кодирует

ПРОЦЕСС ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ – МОДЕЛЬ ОБЩЕНИЯ

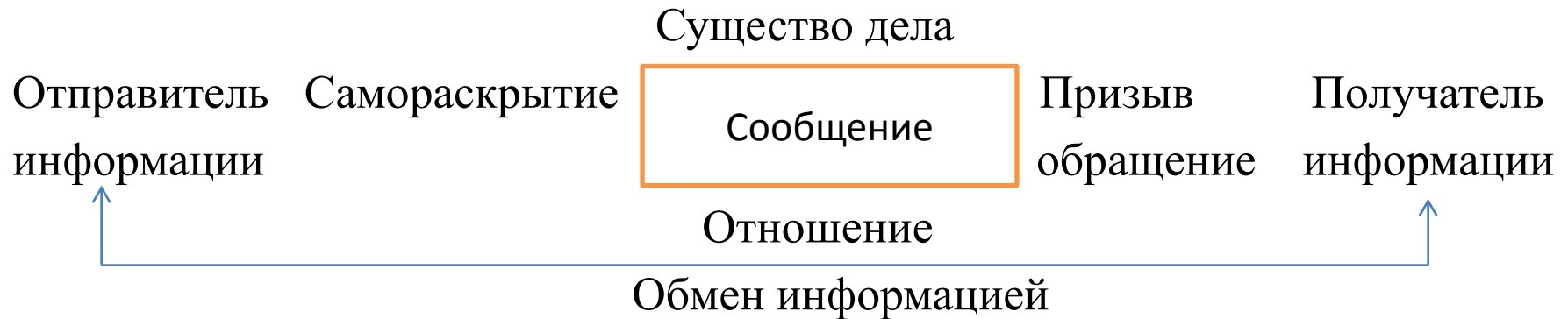
Основан на информационных теориях, автор Robert L. Malthis



Система обратной связи процесса общения.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Демонстрационные модели облегчающие понимание процесса общения



Эффективной коммуникация будет тогда, когда получатель сообщения правильно расшифрует все его четыре стороны. Если же получатель не способен расшифровать все стороны сообщения или реагирует не на ту сторону, то возникает недопонимание. **Пример: К нам едет ревизор!**

Большинство конфликтов возникает при неправильной расшифровке отношения. Часто воспринимают не существо дела, а отношение и реагируют именно на него. На стороне самораскрытия можно предположить следующее: — Мне страшно!

— Я чувствую себя неуверенно. — Я выбит из обычной колеи. — Я обескуражен.

Четвертая сторона общения содержит призыв, или обращение. Отправитель информации своим посланием хочет чего-то добиться. В нашем примере обращение может выглядеть так: — Помогите в этой неприятной ситуации.

— Не выдайте, братцы. — Давайте спасаться вместе!

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Практика делового общения

При деловом разговоре нужно употреблять простые, ясные и точные слова, грамотно формулировать свою мысль. Высказывания без ориентации на собеседника носят форму монолога. **Сумма потерь информации при монологическом общении может достигать 50%, а в некоторых случаях — и 80% объема исходной информации. Наиболее эффективная форма общения — диалог, умение задавать вопросы. Типы вопросов, помогающие получить нужную информацию. Наиболее эффективны для ведения диалога открытые вопросы типа: — Каково ваше мнение? — Каким образом? — Сколько еще? — Почему? — Как? и т.п.**

Информационный вопрос относится к вопросам открытого типа и его следует строить так, чтобы он вызвал к жизни информацию, способную заинтересовать и сгруппировать вокруг себя различные мнения. Если вопрос рассчитан на «да» или «нет», он закрывает диалог и его нельзя считать информационным, например, вопрос типа «Какие меры вы приняли, чтобы улучшить обслуживание?» относится к информационным, а вопрос «Вы действительно думаете, что приняли все меры?» к таковым не относится.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Практика делового общения

Закрытые вопросы, ответом на которые будут «да» или «нет», рекомендуются не для получения информации, а для получения подтверждения согласия или несогласия с высказанной позицией.

Непрерывность открытого диалога обеспечивается использованием

зеркальных вопросов. Технически такой вопрос состоит в повторении с вопросительной интонацией части утверждения, только что произнесенного собеседником, для того чтобы заставить его увидеть свое утверждение как бы со стороны: — Я никогда не буду иметь с ним дела!
— Никогда?

— Сейчас у меня нет для этого средств!

— Нет средств?

Зеркальный вопрос позволяет, не противореча собеседнику и не опровергая его утверждений, создавать в беседе моменты, придающие диалогу новый смысл. Он дает значительно лучшие результаты, чем круговорот вопросов: «Почему?», которые обычно вызывают защитные реакции, отговорки, поиски причинности и могут привести к конфликту.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

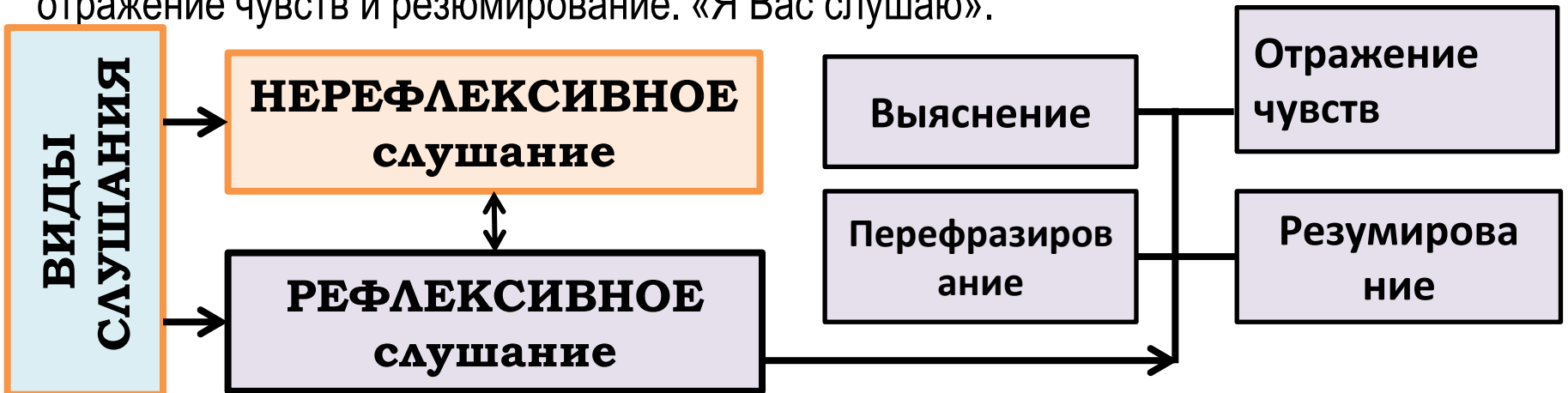
Практика делового общения. Умение слушать.

Выделяют два вида слушания: нерефлексивное и рефлексивное слушание.

Нерефлексивное слушание — это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Слушание этого вида особенно полезно, когда собеседник проявляет такие глубокие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы. Ответы при неререфлексивном слушании должны быть сведены к минимуму типа: «Да!», «Ну и ну!», «Продолжайте.», «Интересно!» и т.д.

В общении, важно сочетание неререфлексивного и рефлексивного слушания.

Рефлексивное слушание представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщения помогают рефлексивные ответы, среди которых выделяют выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование. «Я Вас слушаю».



Деловое общение. Общение как коммуникация.

Практика делового общения. Умение слушать.

Выяснение представляет собой **обращение к говорящему за уточнениями** при помощи ключевых фраз типа: «Я не понял», «Что вы имеете в виду?», «Пожалуйста, уточним это» и т.п.

Перефразирование — собственная формулировка сообщения говорящего для проверки его точности. Ключевые фразы: «Как я понял вас...», «Вы думаете, что...», «По вашему мнению...». При отражении чувств акцент делается на отражении слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вероятно, вы чувствуете...», «Вы несколько расстроены...» и т.д.

При **резюмировании** подытоживаются основные идеи и чувства говорящего, для чего используются фразы: «Ваши основные идеями, как я понял, являются...», «Если теперь подытожить сказанное вами, то...».

Резюмирование уместно в ситуациях при обсуждении разногласий в конце беседы, во время длительного обсуждения вопроса, при завершении разговора.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Практика делового общения. Умение слушать.

Типичные ошибки слушания:

Перебиванию собеседника во время его сообщения.

Большинство людей перебивают друг друга неосознанно. Руководители чаще перебивают подчиненных, а мужчины - женщин. При перебивании нужно постараться тут же восстановить ход мыслей собеседника.

Поспешные выводы заставляют собеседника занять оборонительную позицию, что сразу же возводит преграду для конструктивного общения.

Поспешные возражения часто возникают при несогласии с высказываниями говорящего. Зачастую человек не слушает, а мысленно формулирует возражение и ждет очереди высказаться. Затем увлекается обоснованием своей точки зрения и не замечает, что собеседник пытался сказать то же самое.

Непрошенные советы обычно дают люди, не способные оказать реальную помощь. Прежде всего нужно установить, что хочет собеседник: совместно поразмышлять или получить конкретную помощь.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Разделение **трех сторон общения — восприятия, коммуникации и взаимодействия** — возможно только как прием анализа: при всем старании нельзя выделить «чистую» коммуникацию без восприятия и взаимодействия или «чистое» восприятие. В общении происходит постоянная реакция на действия другого. Один из возможных способов понимания общения, который дает возможность увидеть смысл и содержание слов, своих действий и действий партнера, — **восприятие положения партнеров, а также их позиций относительно друг друга.** В любом разговоре, беседе, публичном общении **огромное значение имеет относительный статус у партнеров:** кто в данной ситуации ведущий и кто — ведомый.

Подход к анализу ситуации общения от позиций, занимаемых партнерами, развивается в русле **транзакционного анализа,** представленного именами Э. Берна, Д. Джонджевилла, Т. Харриса.

Деловое общение. Общение как коммуникация. Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ Э. Берна, Д. Джонджевилла, Т. Харриса.

Э Берну выделил типичные состояния сознания.

Состояние Я определяется им как система чувств, выражающаяся в согласованной с ней схеме поведения. Репертуар этих состояний Э. Берн разбил на следующие категории:

1) **состояния Я, сходные с образами родителей или с образами значимых для человека людей, заменивших родителей.** Человек хранит в своем сознании набор воспринятых им состояний Я его родителей, активизируемых в некоторых обстоятельствах.

2) **состояния Я, направленные на объективную оценку реальности** — все нормальные люди способны на объективную переработку информации при активизации соответствующих состояний их Я.

3) **состояния Я, все еще действующие с момента их фиксации в раннем детстве,** — каждый человек несет в себе впечатления своего детства, активизируемые при определенных условиях.

В терминологии трансакционного анализа эти состояния Я именуется как **состояние Я Родителя**, или Родитель, **состояние Я Взрослого**, или Взрослый, **состояние Я Ребенка**, или Ребенок.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ: Типичные состояния сознания Э. Берна.



Позиции партнеров в общении определяются теми состояниями Я, которые вступают во взаимодействие в данный момент общения. Эта схема нашла применение в разработке рекомендаций по психологии и технике делового общения.

По определению Э. Берна, транзакция представляет собой единицу общения, состоящую из стимула (С) и реакции (Р) между двумя состояниями сознания. Вербальное общение в транзакции сопровождается невербальным, выражающимся во взгляде, интонации, рукопожатии и т.д.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ: Типичные состояния сознания Э. Берна.

РОДИТЕЛЬ распознавание состояния

	Критическое	Кормяще-заботливое
1. Общее поведение	Оценивающее, ироническое, порицающее, показывающее, авторитарное, запрещающее, приказное	Доброе, ободряющее, озабоченное, сочувствующее, защищающее, советующее, помогающее
2. Речевые формулировки	«Ты должен, ты не должен», «Это следует делать, это не следует делать», «Как ты можешь!», «Я не позволю так обращаться со мной!»...	«Успокойся», «Я могу вас понять», «Лучше не делать этого», «Будь осторожен», «Не ломай себе голову»...
3. Манера говорить	Твердо, высокомерно, саркастически, остро, насмехаясь, иронически, цинично	Тепло, успокаивающе, сочувственно
4. Выражение лица	Отчужденное, лоб нахмурен, критический взгляд, сжатый рот	Заботливое, одобряющее, улыбчивое, любовно-заинтересованное
5. Жесты и положение тела	Поднятый вверх указательный палец, руки скрещены перед грудью, ноги широко расставлены, голова поднята вверх	Протянутые руки, поглаживание по голове и др.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ: Типичные состояния сознания Э. Берна.

ВЗРОСЛЫЙ распознавание состояния

1. Общее поведение	По-деловому, объективно, без эмоций, независимо, задумываясь, собирая и перерабатывая информацию
2. Речевые формулировки	«Возможно», «Вероятно», «По-моему мнению», «Я думаю», «Я предполагаю» и т.д. Вопросы начинаются со слов: как, почему, кто, что, когда
3. Манера говорить	Уверенно (без высокомерия), ясно и четко, спокойно, без страстей и эмоций, нейтрально
4. Выражение лица	Частое изменение выражения лица в соответствии с ситуацией, лицо обращено к партнеру, внимательное, ненапряженное
5. Жесты и положение тела	Жесты подкрепляют то, что говорится, верхняя часть туловища слегка наклонена вперед (выражение заинтересованности)

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Транзакционный анализ

РЕБЁНОК распознавание состояния

	Свободное	Приспосабливающееся	Бунтарское
1. Общее поведение	Спонтанное, игривое, хитрое, злорадное, беспомощное, раскрепощенное, вялое, открытое, естественное	Осторожное, боязливое, беспомощное, покорное, неуверенное, сдержанное, обиженное	Капризное, своенравное, строптивое, грубое, агрессивное, неприязненное
2. Речевые формулировки	«Я хочу», «Прекрасно!», «Так тебе и надо!», «Замечательно!», «Я бы очень хотел»	«Я хотел только...», «Почему всегда я?», «Я попробую», «Я правильно сделал?», «Я не смогу этого»	«Я этого не хочу», «Оставьте меня в покое!», «Проклятье!»
3. Манера говорить	Преимущественно громко, быстро и горячо, захлебываясь. Печально	Тихо, нерешительно, плаксиво, подавленно, подобострастно,, нудно, привередливо	Гневно, громко, упрямо, угрюмо
4. Выражение лица	Воодушевленное, Возбужденное, ошеломленное, хитрое, лукавое, взволнованное любопытное, печальное,	Нервное, потерянное, тактичное, выражающее согласие	Жесткое, упрямое, отсутствующее
5. Жесты и положение тела	Свободные, напряженный или расслабленный корпус	Склоненная голова, опущенные плечи напряжённые или дружелюбные жесты, поза слуги или на вытяжку	Напряжённость угрожающая поза, опущенная голова

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ: Три формы транзакции Э. Берна.

Э. Берн выделяет **три формы транзакций — параллельные**, или дополнительные, **пересекающиеся и скрытые**. Каждой из этих форм соответствуют свои правила коммуникации.

1. Дополнительные транзакции, называемые также **параллельными**, осуществляются между двумя любыми состояниями Я собеседников, причем реакция человека прямо связана с тем состоянием, которое затронул партнер по общению. **Правило коммуникации:** дополнительные транзакции могут продолжаться долго. Длительное общение не во всех случаях бывает эффективным.

2. Пересекающиеся транзакция препятствуют течению беседы. Реакция собеседника исходит не из того состояния Я, на которое было направлено воздействие. **Правило коммуникации:** после пересекающейся транзакции коммуникации временно разрушаются.. Партнеры при пересекающихся транзакциях говорят мимо друг друга.

3. Наиболее сложными являются скрытые транзакции. Взаимодействие осуществляется сразу на двух уровнях — социальном и психологическом. На социальном уровне произносится одно, а на психологическом подразумевается другое, причем партнеры это прекрасно понимают и реагируют не на социальный, а на психологический уровень.

Деловое общение. Общение как коммуникация. Общение как взаимодействие.

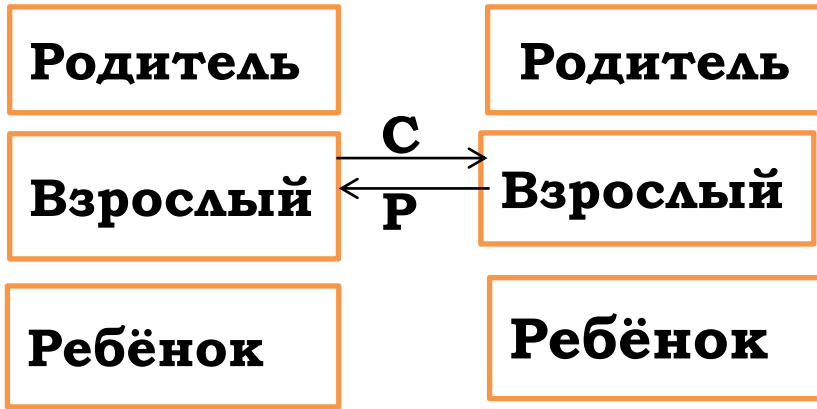
Трансакционный анализ: Три формы транзакции Э. Берна.



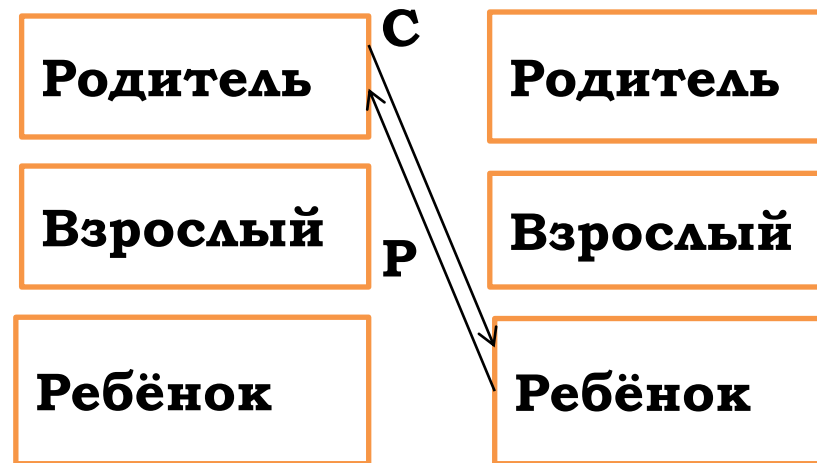
Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие.

Трансакционный анализ: Три формы транзакции Э. Берна.



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



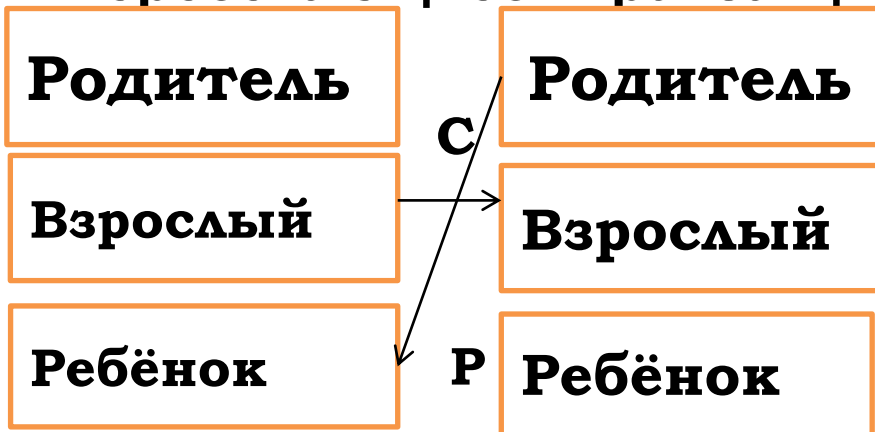
Стимул. Сколько раз говорить, что сведения в налоговую инспекцию должны подаваться своевременно.
Реакция. Очень сожалею, закрутился, столько всяких срочных дел, но завтра все будет подготовлено.
Стимул. Ну хорошо, в последний раз, иначе вам придется подыскивать другую работу, где дел поменьше.
Реакция. Я постараюсь, такого больше не будет.

Правило коммуникации: дополнительные транзакции могут продолжаться долго. Длительное общение не во всех случаях бывает эффективным

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Транзакционный анализ:

2. Пересекающиеся транзакции

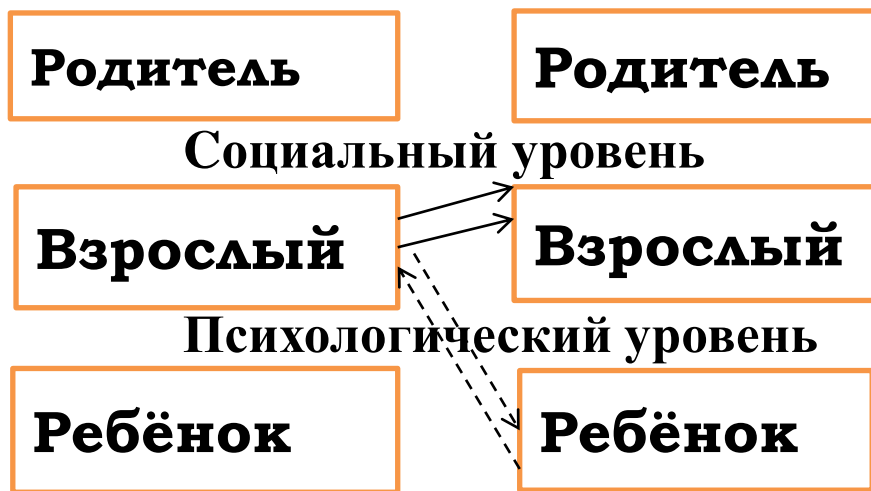


Стимул. Мне не звонили из хозяйственного отдела?

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

Правило коммуникации: после пересекающейся транзакции коммуникации временно разрушаются. Партнеры при пересекающихся транзакциях говорят мимо друг друга.

3. Скрытые транзакции:



Стимул. Конечно, эта модель 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?)

Правило коммуникации: при скрытых транзакциях общение происходит на скрытом психологическом уровне.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Ориентация на контроль и понимание.

Общение как взаимодействие можно рассматривать с позиций ориентации на контроль и ориентации на понимание. **Ориентация на контроль предполагает стремление контролировать, управлять ситуацией и поведением других,** которые обычно сочетаются с желанием доминировать во взаимодействии.

Ориентация на понимание включает в себя **стремление понять ситуацию и поведение других.** Она связана с желанием лучше взаимодействовать и избегать конфликтов, с представлениями о равенстве партнеров в общении и необходимости достижения взаимной, а не односторонней удовлетворенности.

Закономерности: «Контролеры» и «пониматели» придерживаются совершенно разных стратегий в общении. Стратегия «контролера» — стремление заставить партнера принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации, и довольно часто они действительно достигают контроля над взаимодействием. **Стратегия «понимателя» — адаптация к партнеру.** Разные ориентации связаны с разным распределением позиций в общении. **«Контролеры»** всегда стремятся к неравным взаимодействиям с подчиненными и доминирующим позициям «вертикального взаимодействия». Ориентация на понимание больше сопрягается с равными горизонтальными взаимодействиями. **Человек, «попавший» в общении на самую «верхнюю» позицию, обязательно в большей степени будет «контролером»,** чем если бы он был внизу: положение обязывает. Он должен

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Открытость и закрытость в общении

Открытость общения — это открытость предметной позиции в смысле способности выразить свою точку зрения на предмет и готовности учесть позиции других. **Закрытость общения** означает неспособность или нежелание раскрывать свои позиции.

Смешанные типы общения:

- одна из сторон пытается выяснить позицию другой стороны, не раскрывая своей. В крайнем варианте это выглядит так: «Вопросы задаю я!»;
- общение, при котором один из собеседников открывает партнеру все свои «обязательства», рассчитывая на помощь, не интересуясь намерениями другого.

Оба эти вида взаимодействия **асимметричны**, поскольку общение осуществляется с неравноправных позиций партнеров.

При выборе позиции в общении следует учитывать все обстоятельства: **степень доверия к партнеру, возможные последствия открытости общения. Максимальная эффективность делового общения достигается при его открытом характере.**

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Этапы делового общения.

Этапы делового общения: **1) установление контакта.** Задача контактной фазы — побудить собеседника к общению и создать максимальное поле возможностей для дальнейшего делового обсуждения и принятия решений

2) ориентация в ситуации (люди, обстоятельства и т.д.).

Определить стратегию и тактику делового общения, развить интерес к нему и вовлечь партнера в круг совместных интересов. Сразу выяснить, каким по длительности будет разговор (свернутый, четкий, конкретный или подробный, развернутый), и в зависимости от этого строить свою тактику. Задачи этапа ориентации: • вызвать интерес собеседника к предстоящей беседе и вовлечь его в обсуждение; • выявить самооценку собеседника и сориентироваться в распределении ролей; • начать решение основной задачи общения

3) обсуждение вопроса, проблемы. характерны эффект контраста и эффект ассимиляции.

На этом этапе действие эффекта контраста заключается в том, что, указывая на отличие нашей точки зрения на возможную совместную деятельность от точки зрения партнера, мы психологически удаляемся от него; подчеркивая сходство позиций, мы сближаемся с партнером, в чем проявляется действие эффекта ассимиляции.

Деловое общение. Общение как коммуникация.

Общение как взаимодействие. Этапы делового общения.

Этапы делового общения: **4) Этап принятие решения.** Очень значима направленность на партнера, включение его в обсуждение, поэтому полной мере должны быть проявлены умение слушать и умение убеждать. **Убеждение имеет сложную структуру: оно включает в себя знания, эмоции, волевые компоненты.** Категоричностью своих суждений, даже если они и правильны, убедить другого очень сложно: срабатывают психологические механизмы защиты. Для начала надо сначала его понять, чтобы выяснить причины несогласия, привлечь к совместному обсуждению, чтобы решение получилось общим. Если же общее решение не получится, то будут хотя бы известны точки зрения, их обоснованность, что позволяет вести дальнейшее обсуждение.

5) выход из контакта. Очень важна роль первого и последнего впечатления. Оно влияет на тот образ, который останется в памяти партнера, и на будущие деловые отношения. Поэтому одна из основных заповедей выхода из контакта — приветливость.

В деловом общении схема этапов делового общения может быть как свернутой, краткой, так и полной, подробной. Именно сознательным вычленением этих этапов и их регуляцией определяется во многом эффективность делового общения.

**Деловое общение. Общение как коммуникация.
Общение как взаимодействие.**

Ориентация на контроль и понимание.

**Деловое общение. Общение как коммуникация.
Общение как взаимодействие.**

Ориентация на контроль и понимание.

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ

Виды общения

Вербальное

Невербальное

Межличностное

Массовое

Межперсональное

Ролевое

Доверительное

Конфликтное

Личное

Деловое

Прямое

Опосредованное

Законченное

Незаконченное

Кратковременное

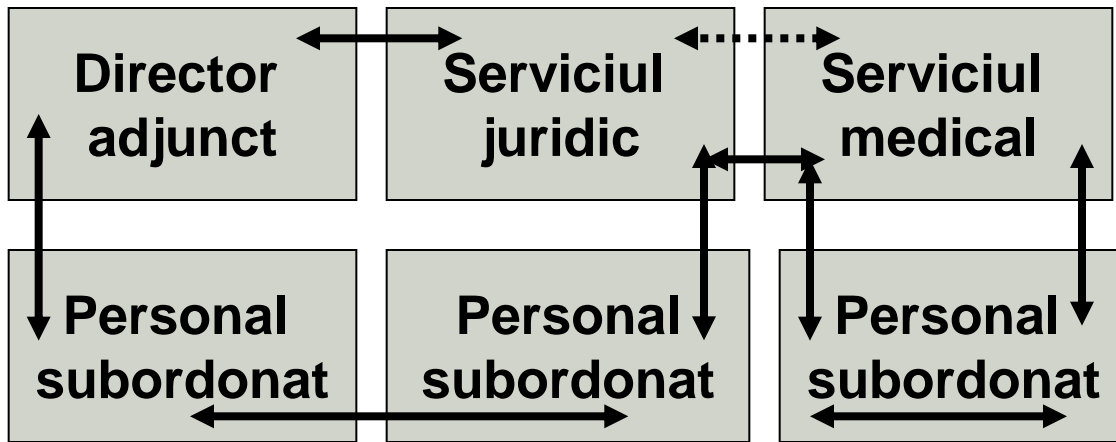
Длительное

Уровни общения

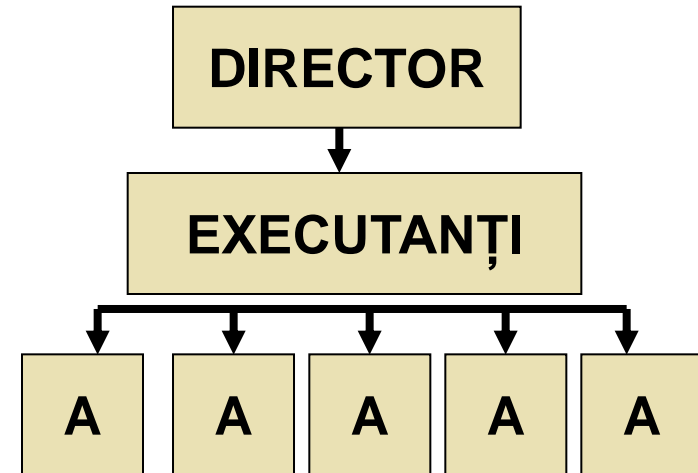
Уровни общения

- Общение может происходить на манипулятивном, примитивном или высшем уровне. Каждому уровню общения свойственно определенное поведение собеседников.
- **Манипулятивный уровень**, заключается в том, что один из собеседников пытается вызвать сочувствие, жалость партнера.
- **Примитивный уровень** определяется, когда один партнер по общению подавляет другого.
- **Высший уровень** — это тот уровень общения, когда независимо от статуса партнеры относятся друг к другу как к равной личности.

FLUX INFORMAȚIONAL de TIP ONDULATORIU



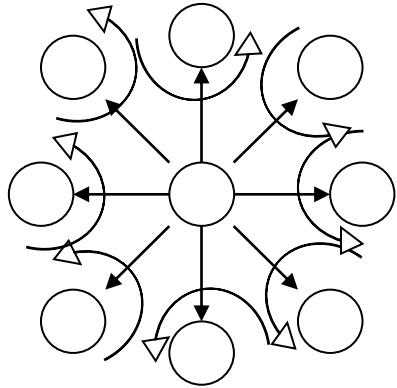
FLUX INFORMAȚIONAL de TIP SPIRALĂ



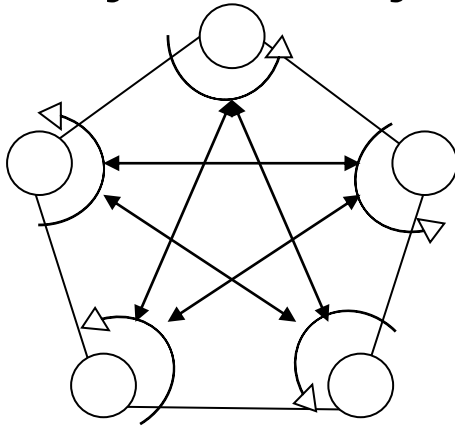
Liniile de legătură reprezintă responsabilitățile care circulă pe trasee – canale canalele oficiale de comunicație, pe care informația ar trebui să le urmeze. Linia de legătură “punctată” reprezintă o responsabilitate secundară, caracteristică pentru anumite domenii, sub conducerea superiorului.

FORMELE PATTERNURILOR COMUNICĂRII MANAGERIALE

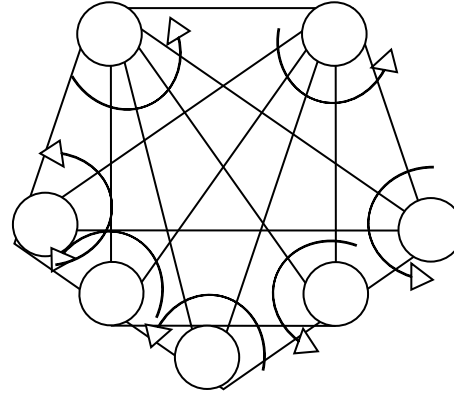
ROATĂ



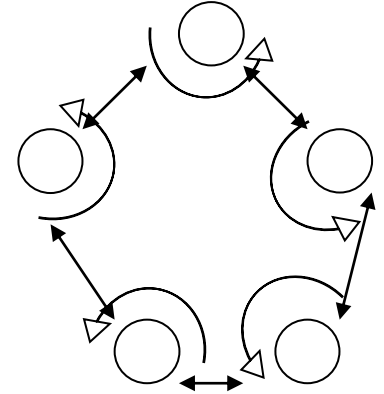
REȚEA „LANȚ”



REȚEA „CRISTAL”



CERC



După modul de desfășurare, comunicarea poate fi:

- **Comunicare reciprocă directă** / față în față este cel mai eficient mod de a construi o relație de lucru. Fiind bidimensională (implică auzul și văzul) ea permite emitentului să evalueze pe loc modul în care a fost primit mesajul. În funcție de reacțiile receptorului mesajul poate fi îmbunătățit. Acest tip de comunicare este solicitat în problemele delicate care antrenează sensibilitățile și susceptibilitățile personalului. Avantajul feed-back-ului rapid, completat de comunicarea nonverbală.

Comunicarea reciprocă indirectă realizată prin telefon, radio televiziune, interactivă. E lipsită de mesajele nonverbale. E destinată anumitor categorii de mesaje

- **Comunicarea unilaterală directă** – transmite ordine, mesaje. Nu cer răspuns.

- **Comunicarea unilaterală indirectă** realizată prin scrisori, filme, discursuri.

Consecințe intenționate

Consecințe neintenționate

Impresionarea Managementului
formarea opiniei “reputație bună”

Menținerea coeziunii interne
a grupului

Mobilizare pentru acțiune

Accentuarea elementelor
de identificare a emițătorului

Creșterea angajamentului
față de obiective

Accentuarea stării de “status-quo”

O
R
G
A
N
I
Z
A
Ț
I
O
N
I
A
L
Ă

Izolarea temporară
a angajatului

Provocarea
rezistențelor și
neînțelegerilor

Impunerea acceptării
altor valori

Punerea în
inferioritate