**МАТЕРИАЛЫ К УСТАНОВОЧНЫМ ЛЕКЦИЯМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ»**

М. С. Андрианов понимал под КОММУНИКАЦИЕЙ смысловую сторону взаимодействия в социуме.

И. П. Яковлев считал, что теория коммуникации – это наука, которая изучает значение коммуникации в обществе, ее структуру, развитие, средства, происходящие процессы и другие аспекты.

Силларс и Бакстер считали ее средством для построения и поддержания отношений между людьми.

С. В. Бориснёвым теория коммуникации понималась как процесс передачи по различным каналам информации, а также ее восприятия, который обусловлен социально и происходит в [виде общения](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/37953/vidyi-obscheniya-v-psihologii) между конкретными личностями и массами с помощью определенных средств.

Тот же С. В. Бориснёв выделил несколько [моделей коммуникации,](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/34281/lineynyie-i-nelineynyie-modeli-kommunikatsii) которые сформировались в [процессе исторического](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/68332/istoricheskiy-protsess-i-ego-subyektyi) развития.

Прежде всего, это *модель Г. Лассуэла.* Она классическая, состоит из пяти элементов, участвующих в процессе общения:

* коммуникатор, то есть тот, кто сообщение передает;
* сообщение, то есть предмет передачи;
* канал, то есть способ осуществления этой передачи;
* аудитория, то есть направленность сообщения конкретному лицу или нескольким лицам;
* результат, то есть эффективность передаваемого сообщения.

*Текстовая модель А. Пятигорского* под коммуникацией понимает общение человека с другими и с собой посредством сообщений в письменном виде.

Р. Якобсон предложил такую модель коммуникации, в которой общение понимается как [событие речевое.](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/385498/rechevoe-sobyitie-opredelenie-harakteristika-i-osobennosti)Главная роль в ней принадлежит языку, а не информации (в отличие от модели Шеннона).

***Коммуникация*** – специфическая форма взаимодействия людей в их трудовой и познавательной деятельности, означающая общение, передачу информации от человека к человеку.

**Социальная коммуникация -** это [передача информации](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/86564/kak-osuschestvlyaetsya-peredacha-informatsii) на большие или малые группы аудитории.

*Средствами коммуникаций* являются способы кодирования, передачи и декодирования (расшифровки) информации.

Кодирование – способ передачи информации от одного человека другому. Кодирование происходит с помощью символов и знаков (буквы, схемы, звуки, жесты) – использовании различных знаковых (семиотических ) систем, как естественных языков, так и специально созданных искусственных знаковых систем.

Передача закодированной информации происходит через каналы. В качестве каналов могут выступать эфир, провода, бумага.

**Социальная коммуникация и критерии ее эффективности**

Основа любого вида коммуникации – установление диалога между адресатом и адресантом. Если он установлен плохо, или если интерпретация принимающего информацию неверна, то говорить об эффективности коммуникации не приходится. Поэтому данная тема является важной при освещении любого типа и вида коммуникации.

Существует ряд критериев, по которым устанавливается эффективность этого явления:

* Обязательное условие – желание коммуникатора понятно донести аудитории, зачем он публикует информацию, какова цель трансляции тех или иных событий.
* Следующий критерий – доверие. Если аудитория доверяет автору-коммуникатору и средству, с помощью которого осуществляется сообщение, то диалог может быть успешным. Цели автора и аудитории при этом должны соответствовать друг другу.
* Стремление построить материал на основе общечеловеческих ценностей, сделав правильные акценты.
* Сообщения не должны быть навязчивыми или преподноситься в излишне нейтральной форме: это нарушает их естественность, и значит, снижает эффективность воздействия, ассоциируясь с ложью.

Таким образом, [эффективность коммуникации](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/247809/kommunikatsiya-effektivnaya-printsipyi-pravila-navyiki-priemyi-usloviya-effektivnoy-kommunikatsii) легко достижима, если соблюдать ряд принципов подачи информации и четко обозначить свое отношение к аудитории.

Коммуникативная сторона общения бывает вербальной [(передача информации](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/86564/kak-osuschestvlyaetsya-peredacha-informatsii) при помощи речи) и невербальной (передача информации посредством различных действий).

Вербальные средства коммуникации – это письменная (в ее смысловом значении) и устная речь.

Психология коммуникации заключается в «расшифровке» невербальных и вербальных сигналов.

Отметим, что коммуникативная сторона общения может включать в себя и специфические барьеры. Такие барьеры носят психологический или социальный характер. [Коммуникативный барьер](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/50511/kommunikativnyie-bareryi) может возникнуть из-за отсутствия понимания ситуации.

Адекватность восприятия информации во многом зависит от наличия или отсутствия в процессе общения ***коммуникативных барьеров*.** В случае возникновения барьера информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к реципиенту. Можно выделить следующие барьеры, затрудняющие обмен информацией между людьми в ходе делового общения: сенсорные, информационные, психологические, социальные и организационные.

К*сенсорным барьерам* относятся

-  физические помехи (шум, большое расстояние, физические преграды и др.),

- отвлекающие моменты (телефонные звонки, посетители, плохое самочувствие и др.),

- дефекты органов чувств (плохие слух, зрение или нечеткая речь).

К *информационным барьерам*относятся:

-  недостаток информации (может быть механический обрыв информации и отсюда её искажение);

- неясностьпередаваемой информации;

- информационные перегрузки(передача слишком большого объема информации, который нормальный человек не в состоянии воспринять и запомнить);

- передача слишком сложной информации;

- давление времени (чтобы принять взвешенное решение).

К *психологическим барьерам* можно отнести:

- индивидуально-психологические особенности восприятия (например: неприязнь)

- социально-психологическую корректировку информации (например: при передаче негативной информации, человек ее смягчает)

- организационно-психологическое расстройство каналов передачи информации (например: эффект глухого телефона)

- вербально–психологическую форму общения (например: при непосредственных контактах могут использоваться обман или манипуляции)

*Эмоциональные барьеры* означают, что люди, получив какую-либо информацию, более заняты своими чувствами, предположениями, чем реальными фактами. Слова обладают сильным эмоциональным зарядом, причём не столько сами слова (символы), сколько ассоциации, которые они порождают в человеке. Слова имеют первичное (буквальное) значение и вторичное (эмоциональное).

***Языковой барьер* возникает, когда участники общения говорят на различных языках и диалектах, имеют существенные дефекты речи и дикции, искажённый грамматический строй речи. Так, возможны:**

*- барьер фонетического непонимания,* порождаемый невыразительной быстрой речью, речью-скороговоркой и речью с большим количеством слов и звуков-паразитов;

*- семантический барьер непонимания*, связанный, в первую очередь, с различиями в системах значений (тезаурусах) участников общения.

*- стилистический барьер,* возникающий при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента и др.

**-***логический барьер,*он возникает в тех случаях, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором, либо слишком сложна для восприятия реципиента, либо кажется ему неверной, противоречит присущей ему манере доказательства.

К  *социальным* барьерам можно отнести разный статус участников коммуникаций: коммуникация с вышестоящими руководителями является более сдержанной и осторожной; взаимодействие с нижестоящими часто определяется стремлением не подорвать свой авторитет.

О*рганизационные барьеры* связаны с политикой организации, организационными регламентами, стилем управления, т.е. факторами, мало зависящими от отдельных работник

Даже общение в единой знаковой системе не дает гарантий того, что послание будет верно расшифровано.

Среди социальных коммуникаций особая роль принадлежит деловым коммуникациям, которые являются частным случаем социального общения. Под ***деловыми коммуникациями*** понимается взаимодействие, обеспечивающее успех какого-либо общего дела, создающее условия для сотрудничества людей с целью достижения определенных целей.

*Цели деловых коммуникаций* – это то, ради чего люди вступают в общение. Соответственно, наиболее очевидные цели:

- обмен информацией между субъектами и объектами управления;

- создание информационных каналов для обмена информацией между сотрудниками и группами для координации их действий;

- регулирование и оптимизация информационных потоков для повышения оперативности управления;

- установление межличностных отношений в процессе работы.

## **Формы деловых коммуникаций**

Человеческое общение разнообразно по своим формам.

Так, различаются:

- прямое и косвенное общение.

Прямое – непосредственные контакты с помощью вербальных (речевых) и невербальных средств. Косвенное – через посредника.

- непосредственное и опосредованное.

Непосредственное – через органы человека (голосовые связки, руки, голова). Опосредованное – при помощи технических средств (ТВ, радио, телефон), письменно.

- межличностное и массовое.

Межличностное – в группах или парах. При этом подразумевается знание индивидуальных особенностей партнеров, понимание, опыт совместной деятельности. Массовые – множественные непосредственные контакты незнакомых людей или через средства массовой информации.

Для деловых коммуникаций наиболее характерно прямое непосредственное межличностное общение.

**Деловое общение и его основные принципы**

Самый массовый вид общения людей в социуме (обществе) – деловое общение. Без него не обойтись в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений. Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно и правильно составить деловую бумагу и многое другое в настоящее время стало неотъемлемой частью профессиональной культуры человека: менеджера, руководителя всех уровней, референта, служащего.

Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т.е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются следующими компонентами:

• тип делового общения;

• форма делового общения;

• степень официальности;

• конкретные цели и задачи, стоящие перед общающимися;

• национально-культурные традиции;

• общественные нормы поведения.

Деловое общение реализуется в речевой коммуникации.

Под **речевой коммуникацией** понимается использование естественного языка в его устной и письменной формах.

Анализируя формы и типы речевой коммуникации, необходимо уделить внимание дистантному и контактному вариантам. Деление на эти категории основано на анализе положения участников общения относительно друг друга. Речь идет не только о географической удаленности, но и определенном отрезке времени. При контактной форме партнеры расположены поблизости, могут установить зрительный контакт, слышать речь друг друга. Общение происходит словами и несловесными методами.

Дистантный – вид речевого общения, понятие которого предполагает разделение общающихся людей географически и во временном пространстве.

**Речевая деятельность** – это такой [вид деятельности,](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/6845/predprinimatelskie-vidyi-deyatelnosti-v-kontekste-ekonomiki-znaniy) который имеет социальную направленность. В ее ходе формирование и использования высказывание создается для достижения определенной цели (общения, влияния, оказания воздействия и прочее). Определение речевой деятельности давали многие ученые и лингвисты. Так, одним из примеров служит психолог Л. С. Выготский, который характеризует ее как процесс [материализации мысли,](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/31506/materializatsiya-myisley) то есть ее обращения в словесную форму.

Речевая деятельность имеет следующие основные виды: чтение, аудирование (слушание), говорение, письмо. Такое понимание включено в [методику преподавания](https://autogear.ru/market/article.php?post=/article/42019/metodika-prepodavaniya-istorii) языка (иностранного, в том числе).

Коммуникации могут происходить в устных или письменных формах.

***Письменные коммуникации*** осуществляются с помощью различного рода документов (приказов, отчетов, справок, писем и т.п.). , то есть это деловое общение, посредованное документами.

***Устные коммуникации*** происходят при непосредственных контактах между людьми или по телефону.

Общепринятыми***формами устных деловых коммуникаций***являются *деловые встречи и беседы, совещания, собрания, переговоры, конференции*.

Устное и письменное деловое общение осуществляется с использованием функциональной разновидности русского литературного языка – официально-делового стиля.

Официально-деловой стиль – это стиль документов: международных актов, юридических законов, постановлений, уставов, инструкций, служебной переписки, деловых бумаг и т.д. Официально-деловой стиль – самый традиционный вариант русского литературного языка. Этот стиль обслуживает законодательство, делопроизводство (включая деловую переписку), сферу юридических отношений. В нем очевидно прослеживается тенденция к объективности, обобщенности, логической организованности изложения, смысловой ясности, однозначности и определенности. Официально-деловой стиль – это стиль официального документального общения государства с государством, государства с гражданами и граждан с гражданами. Каждый текст этого стиля имеет характер документа, поэтому официально-деловой стиль использует строгие стандарты способов выражения. Все тексты данного стиля имеют предписывающий характер, выражают модальность долженствования. Официально-деловой стиль – наиболее консервативный из всех книжных стилей. Языковые изменения, постоянно наблюдающиеся в других стилях, происходят здесь весьма медленно и редко.

. Официально-деловой стиль в русском языке начал формироваться одним из первых. Этот процесс был обусловлен необходимостью письменного закрепления всевозможных договоров, актов, оформления различных положений и т.п. Сформированный своеобразный «язык» делового общения сохраняет свои отличительные черты, которые со временем, очень медленно, претерпевают определенные изменения, вызываемые временем и сменой жизненного уклада. Официально-деловой язык начал формироваться как письменный язык. Первые деловые документы создавались на Руси после появления в X в. письменности. А первыми документами, зафиксированными в летописи, являются договоры русских с греками 907, 911, 914 и 917 гг. Итогом первых договоров русичей можно считать первый свод законов XI в. Киевской Руси «Русская правда».

Одна из особенностей деловой речи - широкое употребление *языковых формул*.

***Языковые формулы*** - устойчивые (шаблонные, стандартные) языковых оборотов, используемых в неизменном виде.

Кроме выражения типового содержания языковые формулы нередко являются юридически значимыми компонентами текста, без которого документ не обладает достаточной юридической силой, или являются элементами, определяющими его видовую принадлежность.

Например в письме-претензии: «...в противном случае Вам будут предъявлены штрафные санкции»; «...в противном случае дело будет передано в арбитражный суд».

*Текст*- основной элемент каждого документа, а значит, и делового письма. От того, каким будет содержание письма, как излагается информация, зависит достижение цели его автором. Текст письма должен быть таким, чтобы оно служило средством коммуникации, могло побуждать к действию, помогать принимать нужные решения.

***Общие требования к тексту делового письма:***

- достоверность и объективность информации;

- полнота информации и кратность изложения;

- актуальность информации;

- аргументированность сведений и доказательств;

- точность, рациональность построения текста;

- логичность изложения;

- простота стиля.