

Специфика делового общения

ЛЕКЦИЯ 5.

План

- 1) Деловое общение: виды, формы, языковая специфика.
- 2) Понятие коммуникативной компетентности и коммуникативного барьера.
- 3) Структура коммуникативной компетентности.
- 4) Техника эффективного делового общения.
- 5) Коммуникативные качества эффективной деловой речи.
- 6) Невербальные средства в деловом общении. Социальное и личное пространство.

Деловое общение представляет собой профессиональную коммуникативную форму деятельности человека.

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс установления и развития деловых контактов между людьми, который включает обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого коммуниканта и воздействие на него.

Регламентированность делового общения

- ❖ Деловой стиль в одежде;
- ❖ Соблюдение норм деловой этики и делового этикета;
- ❖ Использование по преимуществу официально-делового стиля речи;
- ❖ Соблюдение правил иерархии (взаимоотношений начальник-подчиненный);
- ❖ Обсуждение преимущественно профессиональных тем;
- ❖ Соблюдение временного регламента.

Деловой стиль в одежде?



Деловой стиль в одежде?



СОРОЧКА – БЕЛОГО ЦВЕТА
ЛИБО НЕНАВЯЗЧИВЫХ
ПАСТЕЛЬНЫХ ОТТЕНКОВ

ГАЛСТУК – ТЕМНЕЕ
СОРОЧКИ И СВЕТЛЕЕ
КОСТЮМА

НИЖНЯЯ ПУГОВИЦА
ПИДЖАКА
НЕ ЗАСТЕГИВАЕТСЯ

РЕМЕНЫ
СООТВЕТСТВУЕТ
ЦВЕТУ ОБУВИ

МАНЖЕТЫ
СОРОЧКИ ДОЛЖНЫ
БЫТЬ ВИДНЫ
ИЗ-ПОД РУКАВОВ
ПИДЖАКА
ПРИМЕРНО
НА 1,5–2 СМ

ЧАСЫ – ПЛОСКИЕ,
НАЛИЧИЕ СТРЕЛОК
ОБЯЗАТЕЛЬНО

КОСТЮМ –
ТЕМНО-СИНИЙ
ИЛИ ТЕМНО-СЕРЫЙ

ОБУВЬ – НЕ СВЕТЛЕЕ БРЮК,
В ТОН ИЛИ ТЕМНЕЕ



Деловой стиль в одежде

БЛУЗКА – СВЕТАЯ

УКРАШЕНИЙ –
МИНИМУМ
И ИЗ ЦЕННЫХ
МЕТАЛЛОВ

СУМКА –
ФОРМАТА А4

КЛАССИЧЕСКИЕ
ТУФЛИ-ЛОДОЧКИ
ЧЕРНОГО ЦВЕТА ИЛИ
ЦВЕТА В ТОН КОСТЮМА

МАКИЯЖ –
МАКСИМАЛЬНО
СДЕРЖАННЫЙ

КОСТЮМ – СЕРЫЙ,
СИНИЙ, БЕЖЕВЫЙ;
БРЮЧНЫЙ ИЛИ
ЮБОЧНЫЙ

ЮБКА – ПРЯМАЯ
ЛИБО ЮБКА-КАРАНДАШ,
ДЛИНА – ДО КОЛЕНА
ИЛИ ЧУТЬ НИЖЕ

КОЛГОТКИ –
ВСЕГДА ТЕЛЕСНОГО
ЦВЕТА БЕЗ БЛЕСКА



Деловой стиль в одежде

Общение имеет свою структуру, в которую входят 3 стороны:

Перцептивная – заключается в восприятии партнерами по общению друг друга и установления на этой основе взаимопонимания.

Коммуникативная – заключается в обмене информацией между людьми.

Интерактивная – заключается в организации взаимодействия между людьми.

Виды ДО

Профессиональное деловое общение может протекать в **3-х формах:**

- **монологической** (процесс говорения осуществляется одним человеком);
- **диалогической** (общаются 2 человека);
- **полилогической** (общаются более двух коммуникантов).

ДО может быть **непосредственным** (когда собеседники видят и слышат друг друга, находясь рядом) и **опосредованным** различными техническими средствами (телефон, факс, компьютер и др.)

Виды ДО

ДО осуществляется в **устной** и **письменной** формах. Письменная реализуется посредством обмена документами, созданными в соответствии с правилами официально-делового стиля.

Устная предполагает обмен непосредственными (реже – опосредованными, например, по телефону) высказываниями в режиме реального времени.

Виды ДО

По средствам осуществления деловое общение подразделяется на **вербальное (словесное)** и **невербальное**, при котором средством передачи информации являются жесты, мимика, взгляды, позы, интонации и др.

Виды ДО

По характеру и содержанию деловое общение может быть **формальным** и **неформальным**.

Формальное осуществляется в обязательном порядке в процессе служебно-профессиональной деятельности на основе официальных руководящих документов: законы, постановления, приказы, инструкции, наставления руководства и др.

Неформальное, как правило, действует в пределах организации на основе добровольного участия и регламентируется нормами и критериями морали, этики, правилами общежития, коллективных традиций и ценностей

Понятие коммуникативной компетентности и коммуникативного барьера

Успех делового общения, достижение результата в большой степени зависит от участников коммуникации, их профессионализма и умения общаться.

В теории общения особое внимание уделяется понятиям "коммуникативного барьера" и "коммуникативной компетентности".

Под **коммуникативным барьером** обычно имеют в виду обстоятельства, факторы, которые затрудняют общение или заметно снижают его эффективность.

Коммуникативные барьеры

Выделяются коммуникативные барьеры разного вида: *интерпретационные*, обусловленные невозможностью адекватно воспринимать сообщение, *селективные*, связанные с информационной перегрузкой и ведущие к неполному, избирательному восприятию сообщения, *эмоциональные*, вызванные пристрастиями, оценками, предубеждениями, *барьеры компетенции*, возникающие из-за недостатка знаний, и др.

Особую группу образуют барьеры, относящиеся к условиям осуществления коммуникации, например: *географические*, *ведомственные*, *государственные*, *экономические*.

Коммуникативная компетентность

Коммуникативная компетентность означает развитие адекватной ориентации человека в собственном психологическом потенциале, потенциале партнера, в ситуации и задаче и выражается в успешности решения коммуникативных задач в процессе совместной деятельности. В общем виде коммуникативная компетентность складывается из **способностей**:

- 1) давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться;
- 2) социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации;
- 3) осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации.

Коммуникативная компетентность

Понятие коммуникативной компетентности является ключевым при определении **деловых качеств специалистов** в разных сферах деятельности, таких как сфера управления, туризм, педагогическая, юридическая деятельность, публик-рилейшнз и т.д.

Соответственно выделяются различные качества, способности, навыки и умения, определяющие коммуникативную компетенцию специалиста.

В коммуникативной компетентности можно выделить две составляющие:

- 1) собственно психологические способности и умения;
- 2) коммуникативно-речевые (или языковые) умения и навыки.

Пример проявления компетентности

Например, рассматривая необходимые коммуникативные качества работников сферы туризма, Т. И. Власова делает акцент на психологической составляющей и к признакам высокой коммуникативной компетентности относит:

- 1) быструю, своевременную и точную ориентировку в ситуации взаимодействия и партнерах;
- 2) стремление понять другого человека в контексте требований конкретной ситуации;
- 3) установку в контакте не только на дело, но и на партнера, уважительное, доброжелательное отношение к нему, учет его состояния и возможностей;
- 4) уверенность в себе, раскованность, адекватную включенность в ситуацию;

-
- 5) владение ситуацией, гибкость, готовность проявить инициативу в общении или передать ее партнеру;
 - 6) большую удовлетворенность общением и уменьшение нервно-психических затрат в процессе общения;
 - 7) умение эффективно общаться в разных статусно-ролевых позициях; устанавливать и поддерживать требуемые рабочие контакты независимо, а иногда вопреки сложившимся отношениям;
 - 8) высокий статус и популярность в том или ином коллективе;
 - 9) умение организовать дружную совместную работу, привлекая людей к решению общегрупповых задач, достигать высокого результата деятельности;
 - 10) умение создавать благоприятный климат в коллективе, добиваться стабильности состава.

Определяя необходимые коммуникативные умения менеджера, М. В. Колтунова исходит прежде всего из того, что основной составляющей профессиональной деятельности менеджера является речевая деятельность, поэтому основные признаки коммуникативной компетентности формулируются ею как умения эффективно строить речевое общение, т.е.:

- формулировать цели и задачи делового общения; анализировать предмет общения, организовывать обсуждение; управлять общением, регламентировать его;
- использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей;
- пользоваться различными тактиками и приемами для реализации выбранной стратегии;
- вести беседу, собеседование, деловой разговор, спор, полемику, дискуссию, диалог, дебаты, прения, диспут, деловое совещание, переговоры;

-
- анализировать конфликты, кризисные ситуации и разрешать их;
 - доказывать и обосновывать, аргументировать, опровергать, давать оценки;
 - перефразировать, тезировать, дефинировать, резюмировать, владеть навыками номинализации, вербализации, авторизации;
 - переводить устную информацию в письменную, знаковую в словесную, и наоборот;
 - быть грамотным в использовании как письменной речи, так и устной формы;
 - владеть техникой речи, уметь адекватно использовать тропы и риторические фигуры;
 - уметь использовать слова для корректировки поведения собеседника

В отечественной теории речевой коммуникации, базирующейся на психологической теории деятельности А. Н. Леонтьева, особо подчеркивается, что речь в общении редко используется для передачи информации, "роль речи... заключается в опосредовании (наряду с другими средствами) усилий по регулированию деятельностей участников.

При помощи речи взаимодействующие коммуниканты обмениваются сведениями с целью изменить (сохранить, усилить и т.д.) деятельность партнера.

Взаимодействие коммуникантов при помощи речи всегда есть, следовательно, их речевое воздействие друг на друга, взаимное речевое воздействие"

Практически любое профессионально-деловое общение опосредовано речью.

При помощи речи партнеры договариваются о сделках, обсуждают перспективы сотрудничества, добиваются выгодных контрактов или заставляют партнера изменить планы.

Умение выражать свои идеи просто, ясно, доступно и убедительно, умение воздействовать речью на первый взгляд кажется достаточно простым и очевидным делом, тем не менее многие проблемы и негативные результаты — следствие неумения правильно и адекватно ситуации построить диалог.

Так, Н. М. Тимченко к основным причинам, затрудняющим передачу информации, относит следующие:

- ❖ неточность высказывания;
- ❖ несовершенство перекодирования мысли в слова;
- ❖ неуместное использование профессиональных терминов;
- ❖ чрезмерное использование иностранных слов;
- ❖ наличие смысловых разрывов и скачков мысли;
- ❖ витиеватость мысли;
- ❖ наличие логических противоречий.

Кроме того, отрицательно сказываются на диалогическом общении быстрый темп изложения, неадекватные интонации, жесты, мимика, неумение использовать различные каналы восприятия

Безусловно, важны не только коммуникативно-речевые умения, но и профессиональные знания, личностные качества, а также психологические знания, навыки и умения:

- 1) уверенность в себе, наличие личной цели и ценностей;
- 2) владение предметом коммуникации;
- 3) знание о репрезентативных системах человека и ключах доступа к ним;
- 4) умение определять психологический тип собеседника и подстраиваться к нему;
- 5) владение некоторыми техниками и приемами ведения спора, дискуссии;
- 6) умение считывать невербальные сигналы, знания об организации пространственной среды;
- 7) умение управлять своими эмоциями и эмоциями партнера и др.

Техника эффективного ДО

Эффективное деловое общение — это общение, завершающееся видимым позитивным результатом, когда цели достигнуты, задачи решены, а стороны удовлетворены итогами коммуникации.

Чтобы общение осуществлялось плодотворно, необходимо следующее:

- способность к прогнозированию коммуникативных барьеров и умение нейтрализовать их воздействие,
- способность к предупреждению коммуникативных неудач или смягчению их последствий,
- свободное владение определенными техническими навыками и умениями, позволяющими управлять процессом общения, предвидеть его ход и добиваться желаемого результата.

Можно выделить шесть базовых компонентов, совершенное владение которыми необходимо для успешной деловой коммуникации:

- 1) владение нормами русского литературного языка;
- 2) знание о риторических возможностях речи и умение ими пользоваться;
- 3) владение правилами построения текста разной целевой направленности;
- 4) умение слушать партнера и осуществлять обратную связь;
- 5) умение правильно задавать вопросы;
- 6) владение приемами убеждения и внушения.

Говорить по-русски правильно и без ошибок начинают обучать в школе, позднее в вузах в рамках курса "Культура речи" происходит повторение, закрепление и корректировка норм литературного языка, что, конечно, не всегда приводит к их полному усвоению.

Владение нормами литературного языка предполагает грамматически правильное построение высказывания, использование жаргонных, диалектных и сниженных выражений только в исключительных случаях и при особой мотивации и специальной коммуникативной цели, фонетически правильное произношение, внимание к ударению в словах, выбор формы речи, жанра, стиля адекватно ситуации, т.е. обстоятельствам и целям общения.

Более высокий уровень речевых умений предполагает знание правил деловой риторики и умение пользоваться ими в нужной ситуации.

В настоящее время наблюдается активный интерес к риторике, так как она, по мнению Е. В. Ключева, справедливо рассматривается уже не столько как наука о красноречии, сколько как наука "о речевой целесообразности", об "осознанном говорении и корректном речепроизводстве".

В ряде работ по деловому общению предлагаются риторические приемы, относящиеся к элокуции, т.е. выразительной стороне речи, анализируются и объясняются тропы и фигуры, которые могут, сделав речь более мягкой, привлекательной, выразительной, определенным образом воздействовать на партнера.

Например, А. П. Панфилова называет тропы психотехническими приемами и отмечает, что

1) даже такой простой, на первый взгляд, прием, как вопросно-ответный ход (в риторике — риторический вопрос), с одной стороны, позволяет поддерживать внимание партнера, а с другой — вести свою "подспудную линию";

2) инверсия (нарушение нейтрального порядка слов) может использоваться для изменения смысла, переданного партнером, с отрицательного на положительный;

3) эмоциональные восклицания — помогают усилить внимание к предмету взаимодействия, стимулируют вовлеченность партнеров в коммуникацию и др.

Однако роль риторики не ограничивается использованием приемов выразительной речи. Немаловажным является знание правил инвенции, обеспечивающих доброкачественность предметного содержания сообщения.

Правила инвенции как искусства добывания и предварительной систематизации материала определяют точный выбор предмета разговора, помогают отсеять побочные предметы, систематизировать имеющиеся знания и сопоставить их с наличными знаниями других, определив, какие из них должны быть представлены в будущем обсуждении.

Выбор предмета разговора должен основываться на совместном интересе к данному предмету говорящего и слушающего; если интерес отсутствует у одного из коммуникантов, то необходимо искать способы трансформации индивидуального интереса говорящего в интерес общественный или общий.

Установлению границ предмета обсуждения может способствовать знание правил топики (подраздела инвенции). В соответствии с этими правилами говорящий должен:

- 1) не выходить за пределы текущей речевой ситуации;
- 2) сообщать релевантные сведения о соответствующем фрагменте действительности;
- 3) точно располагать соответствующий фрагмент действительности по отношению к прочим фрагментам действительности;
- 4) отделять главное от второстепенного;
- 5) структурировать сообщение естественным образом;
- 6) не обременять сообщение лишними сведениями;
- 7) исключать пропуск необходимых для понимания сообщения моментов;
- 8) предвосхищать появление само собой разумеющихся вопросов.

Самая простая классическая схема, на которую можно ориентироваться при разработке темы, включает в себя пять вопросов:

1) что представляет собой предмет, явление?

2) где встречается?

3) когда появился (появилось)?

4) каким образом используется, применяется, существует?

5) почему появился (появилось) и почему имеет значение? Данная схема позволяет охватить самый общий круг существенных моментов и сохранить целостность темы.

Подготовка предмета коммуникации требует также умения пользоваться разными видами материала: эмпирическим, энциклопедическим, компаративным.

Эмпирический материал представляет собой результаты работы говорящего, его наблюдения, выводы, исследования и обобщения.

Энциклопедический материал, т.е. обращение к разного рода словарям, энциклопедиям, справочникам, научным и деловым документам, предполагает создание объективного фона, в который встраивается сообщение.

Компаративный материал приводит эмпирический материал в соответствие с энциклопедическим, обеспечивает синтез информационных блоков в составе речевого целого.

Коммуникативные качества эффективной деловой речи

Деловая речь представляет собой форму русского литературного языка, поэтому в первую очередь она должна соответствовать всем качествам, предъявляемым к литературной речи, т.е. должна быть правильной, чистой, точной, уместной, логичной, выразительной. Вместе с тем деловая речь - это речь, реализуемая, как правило, в официальных ситуациях и направленная на достижение результатов в определенной сфере деятельности.

Официальность, потенциальная результативность и сфера деятельности, в которой осуществляется общение, определяют особенности реализации общелитературных качеств в деловой речи.

Свойства деловой речи можно рассматривать в трех аспектах:

- 1) языковом (или нормативном):
- 2) речевом (или коммуникативном);
- 3) этическом.

Языковой аспект ориентирован на соблюдение языковых норм русского литературного языка: фонетических, морфологических, синтаксических. Употребление ненормативных форм и выражений (*договора* вместо правильного *договоры*, *утверждать о чем* вместо *утверждать что*, *оплатить за что* вместо *оплатить что*) расценивается как нарушение правильности речи, нарушение грамматических норм русского языка.

Коммуникативный аспект предполагает такое построение речи и такое использование коммуникативных стратегий и тактик, которые соответствуют ситуации и целям общения и позволяют эффективно реализовать поставленные участниками общения задачи.

Соблюдение коммуникативных норм выражается в первую очередь в выборе функционального стиля речи, соответствующего обстоятельствам общения, и жанра.

Письменные документы должны быть оформлены в соответствии с существующими требованиями составления такого рода документов, а степень официальности устной речи будет зависеть от формальности общения, характера отношений, сложившихся между партнерами.

Несоблюдение этих требований ведет к нарушению качества уместности, выделявшегося уже в классических риториках. Различают уместность **языковую** (или стилистическую) и психологическую.

Стилистическая уместность выражается в выборе функционального стиля речи, определяющего общую тональность высказывания, и в уместности употребления того или иного слова в определенном контексте.

Например, не всегда уместным является использование заимствованных слов, особенно если имеются нейтральные русские синонимы: *В этом году Комитет по науке и высшей школе выдержан **прессинг** (лучше: давление) со стороны Минэкономразвития, сначала предлагавшего забрать в ведение города два техникума, а потом открыть на их базе филиал Московского института торговли.*

Психологическая уместность связана с прогнозированием воздействия тех или иных высказываний (или слов) на собеседника и, следовательно, предполагает как содержательный отбор тем или аспектов обсуждения, так и выбор средств и способов выражения содержания, которые не затрагивают личность делового партнера, не могут оскорбить его или задеть его личное достоинство.

Содержательные правила, предъявляемые к речи деловых партнеров, кратко, но достаточно емко определил Г. Грайс, выдвинув так называемый **принцип кооперации**, соблюдение которого должно способствовать продуктивному деловому диалогу между партнерами, действительно желающими достичь взаимопонимания и решения поставленных задач. Принцип кооперации формулируется следующим образом: "Твой вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога«.

Реализация принципа кооперации предполагает соблюдение участниками общения определенных правил, или постулатов в терминологии Г. Грайса: постулатов количества, качества, релевантности и способа, каждый из которых определяет содержательные параметры речи.

Постулат количества

1. Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога).
2. Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Постулат качества

1. Не говори того, что ты считаешь ложным.
2. Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

Постулат отношения /релевантности

Не отклоняйся от темы.

Постулат способа

1. Избегай непонятных выражений.
2. Избегай неоднозначности.
3. Будь краток (избегай ненужного многословия).
4. Будь организован.

Невербальные средства в деловом общении

Невербальный язык, т.е. мимика, жесты, поза, взгляды, рукопожатия, взаимное расположение партнеров по общению в пространстве, играет важную роль в коммуникации, являясь носителем определенного смысла, который может по-разному прочитываться или интерпретироваться в процессе коммуникации.

В последнее время значительно возрос интерес к изучению форм невербального поведения, связанных с функционированием разных подсистем или разных невербальных кодов.

К невербальным средствам языка относятся прежде всего кинесика — разнообразные движения тела, в первую очередь мимика и жесты, такесика — тактильные контакты (рукопожатия, похлопывания, поглаживания, поцелуи и т.п.) и проксемика — пространственное расположение или пространственная организация коммуникативного акта.

Кинесика (от греч. *kinesis* — движение)

1. Наука, изучающая совокупность телодвижений — выразительных жестов, участвующих в человеческом общении, за исключением движений речевого аппарата.

2. Под кинесикой понимается раздел паралингвистики, занимающийся изучением коммуникативной семантики, а также и сами эти средства — выразительные жесты, мимика, позы.

Проксемика (от фр. *proxémique*; лат. *proximate* — приближаться) — учение о способах структурирования пространства в человеческом межперсональном общении.

Такесика — невербальное общение людей с помощью прикосновений (похлопываний, рукопожатий, поцелуев, ударов и т.д.), а также область психологии, занимающаяся его изучением.

Знание правил невербального общения и умение понимать язык жестов представляется очень важным для деловых людей, так как значительная часть вербальной информации, функционирующей в процессе деловых коммуникаций, может быть скорректирована и уточнена в результате правильного прочтения невербальных знаков.

Мимика

К мимике относят различные движения лицевых мышц, выражающие, как уже отмечалось, различные состояния, чувства и эмоции человека.

Наиболее ярким выразителем состояния человека считаются глаза, брови и губы. Изменение размера зрачков (их расширение или сужение) не поддается, по мнению психологов, сознательному контролю и, следовательно, не может быть сымитировано. При позитивных эмоциях зрачки у человека расширяются, при негативном отношении, мрачном настрое, напротив, сужаются.

Взгляд человека связан также с речемыслительным процессом, поэтому в процессе обдумывания и формулирования речевого высказывания говорящий, как правило, смотрит в сторону, а во время говорения, когда мысль уже окончательно сложилась, на собеседника. Слушающий обычно смотрит на говорящего, так как тем самым он поддерживает говорящего, подавая ему знаки обратной связи.

Специалисты по невербальному поведению выделяют четыре вида взгляда (мимики) человека: деловой, светский, интимный и критический.

Взгляд считается деловым, если он направлен на зону лба партнера по коммуникации.

Взгляд, направленный на зону ниже уровня глаз до уровня губ, рассматривается как светский. Такой взгляд уместен в ситуациях непринужденного, легкого общения. Светский взгляд иногда называется социальным, т.е. пригодным для использования в широкой сфере социального общения.

Если взгляд фиксируется на частях тела ниже лица, то он расценивается как интимный, а так называемый косой взгляд, т.е. взгляд как будто со стороны, воспринимается как недоверие, скрытность, неудовольствие, заставляет собеседника насторожиться.

Незаметный взгляд искоса также может трактоваться как заинтересованность, изучение партнера.

Жесты

Жесты как движения, совершаемые человеком, чрезвычайно разнообразны: это могут быть произвольные или случайные движения, вызванные внешней ситуацией, а также значимые движения, заменяющие слова, например жест "иди сюда", или дополняющие нашу речь, например при объяснении дороги (жест, указывающий направление) или при описании формы предмета.

Выделяют широкие жесты и мелкие.

Широкие жесты свойственны людям открытым, экспансивным, сильным, такие люди любят энергично выражать свои чувства, склонны к доминированию.

Мелкие жесты, напротив, характерны для людей скромных, осторожных, стремящихся к закрытости, незаметности. Они не имеют достаточно сил или желания для проявления сильных чувств, навязывания своей воли.

Жесты

Существует множество интерпретаций жестикуляции человека, ее связи как с типичными чертами характера человека, так и с объяснением его конкретного состояния.

Наиболее распространенными являются следующие:

1) почесывание и потирание уха — знак того, что партнер устал слушать и готов начать говорить сам; 2) почесывание и потирание шеи — партнер сомневается в чем-то; 3) потирание лба, виска, подбородка партнер не склонен к разговору в данный момент; 4) скрещивание рук на груди — лучше закончить разговор или сменить тему; 5) обхватывание плеч — несогласие, готовность к возражению; 6) кисти рук вместе — знак самодовольства; 7) наклон вперед — желание расположить к себе партнера; 8) приподнятые плечи и опущенная голова — знак обиды; 9) открытая ладонь вверх — жест открытости и доверия; 10) ладонь, повернутая вниз, знак доминирования или превосходства.

Жесты

В любых жизненных ситуациях лучше всего воспринимается естественная жестикация, т.е. свойственная природе человека, не имеющая характера манерности, искусственности или игры, конечно, это не имеет отношения к тем жестам-паразитам, о которых уже упоминалось.

Общекультурным является выделение открытых и закрытых жестов и поз.

К открытым жестам относятся открытые, повернутые ладонями вверх руки, не скрещенные положения рук и ног, немного приподнятая голова, открытый взгляд. Открытые жесты обычно мягкие, неторопливые, плавные.

Скрещенные руки или ноги, сжатые кулаки, слегка опущенная голова говорят о том, что человек не готов к общению, испытывает настороженность, недоверие к партнеру.

Люди в разной степени умеют владеть своей мимикой и контролировать ее. Безусловно, публичные люди, имея большой опыт общения в разнообразных ситуациях деловой жизни, могут лучше управлять проявлением своих истинных чувств.

Не случайно существует мнение о том, что по лицу профессионала можно узнать меньше, чем по его телу и голосу.

Социальное и личное пространство

Первым к вопросу исследования пространственных границ личности обратился американский антрополог Э. Холл.

Личное пространство воспринимается индивидом как принадлежащее ему самому, как продолжение его собственного тела, поэтому вторжение в эту сферу может быть понято как покушение на внутренний мир или даже агрессия.

Существует четыре типа дистанций, т.е. расстояний, которые должны соблюдаться при общении людей между собой: интимная, персональная (или личная), социальная, публичная.

1. Расстояние 15-46 см определяется как **интимная зона**. т. е. зона для близких эмоциональных контактов, в эту зону разрешается вторгаться только самым близким людям.

2. **Персональная (или личная) зона** предполагает радиус от 46 до 120 см. Это пространство обычно соблюдается при неформальном общении, а также на официальных вечеринках или дружеских приемах.

3. Для коммуникации с коллегами, незнакомыми и малознакомыми людьми и в деловых разговорах используется **социальная зона** — 1,2-3,6 м.

4. **Публичная зона** (более 3,6 м) используется для контактов с официальными лицами и лицами, стоящими выше по социальной лестнице. Публичная зона также характерна при выступлениях перед большими аудиториями, однако, как отмечают специалисты, оратор, стремясь создать атмосферу доверия, часто прибегает к сокращению этой дистанции.

Исследование Э. Холла показало также национально-культурные различия в предпочтении того или иного расстояния между партнерами по коммуникации. Так, для англосаксонской и немецкой культур характерны большие дистанции, чем для романских и латиноамериканских народов.

Поэтому при общении лиц, представляющих различные культуры, иногда трудно найти комфортную зону общения друг с другом.

Культурное видение пространства влияет на допустимость прямых физических контактов и на невербальную сторону коммуникации.

В культурах с большой зоной личной автономии, как правило, не принято при встрече жать руку, часто обнимать, целовать, похлопывать собеседника по плечу, тактильный контакт практически исключается.

В общественных местах, транспорте, в зале ожидания, на лекции, в очереди представители таких культур будут располагаться на достаточно большом расстоянии друг от друга, так что человек из "контактной" культуры, например, может даже не заметить создавшуюся очередь.

Для последнего более характерно вставать ближе к собеседнику, активно использовать мимику, жесты, прямой контакт не запрещен, а напротив, является неотъемлемой частью общения.

Важно отметить, что различия в дистанции касаются не только пространственных характеристик, но стиля коммуникации в целом, формируют особенности вербального, невербального и эмоционального общения, в частности, влияют на степень формальности и прямолинейности высказывания, допустимость коммуникативного воздействия.



