

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ  
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Филиал УГНТУ в г. Октябрьском  
Кафедра Гуманитарных и социально-экономических наук

# Деловое общение и управление им

по дисциплине: «Деловой этикет и культура коммуникаций»

Выполнил: ст. гр. БГБЗ-16-12

Аргинбаев

Проверил: доцент, к.и.н

Э.А. Мухтасарова

2018



---

# СОДЕРЖАНИЕ

1 Общение как социально-психологическая категория

2 Коммуникативная культура в деловом общении

3 Виды делового общения

4 Управление деловым общением

Список использованных источников

---

# 1 Общение как социально-психологическая категория

Общение — многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной жизнедеятельности. В едином процессе общения выделяют три стороны:

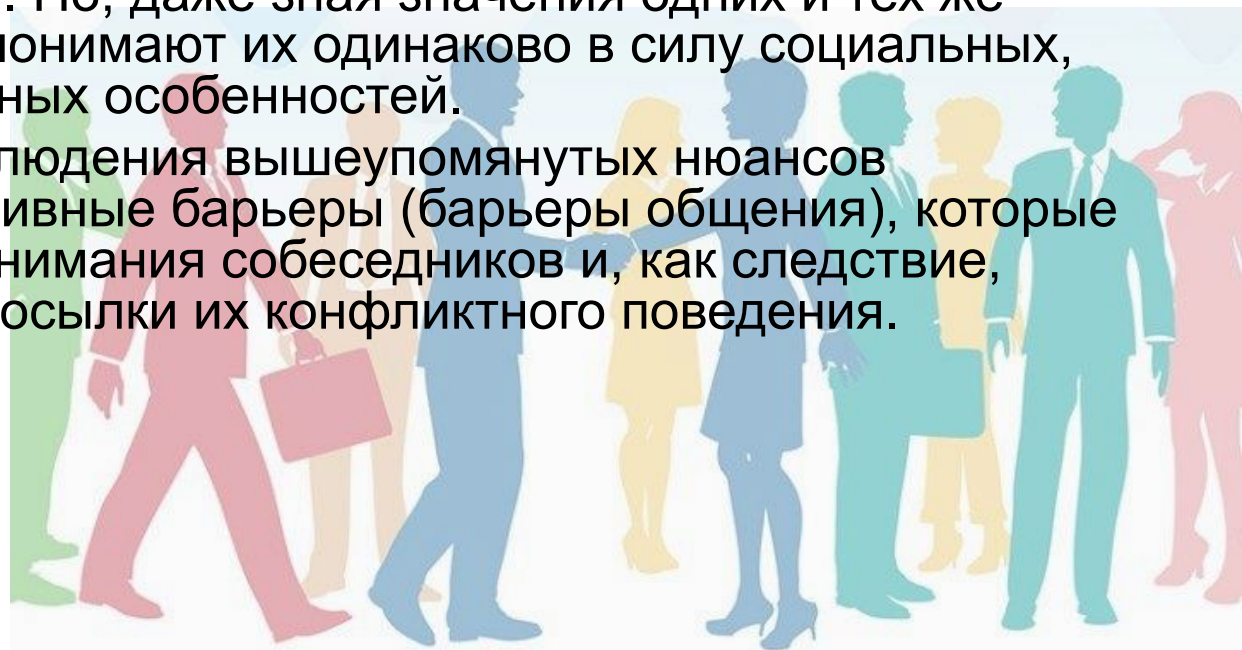
- коммуникативную (обмен информацией);
- интерактивную (взаимодействие общающихся);
- перцептивную (восприятие).

# Коммуникативная сторона общения

Предполагает обмен информацией, увязанной с конкретным поведением собеседников. Особую роль для каждого участника общения играет значимость информации при условии, что она не просто принята, но понята и осмыслена.

Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно тогда, когда участники общения обладают единой системой кодирования. Но, даже зная значения одних и тех же слов, люди не всегда понимают их одинаково в силу социальных, политических, возрастных особенностей.

В результате несоблюдения вышеупомянутых нюансов возникают коммуникативные барьеры (барьеры общения), которые служат причиной непонимания собеседников и, как следствие, могут создавать предпосылки их конфликтного поведения.



# Выделяют три формы барьеров общения

---

## 1) барьеры непонимания:

- фонетический барьер (невыразительная быстрая или медленная речь, речь-скороговорка, речь с большим количеством звуков-паразитов);
- стилистический барьер (несоответствие стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля общения и актуального психологического состояния партнера по общению);
- семантический барьер (различие в системах значений слов);
- логический барьер (сложная и непонятная или неправильная логика рассуждений, доказательств);

## 2) барьеры социально-культурного различия (социальные, политические, религиозные и профессиональные различия, приводящие к разной интерпретации понятий, употребляемых в процессе общения);

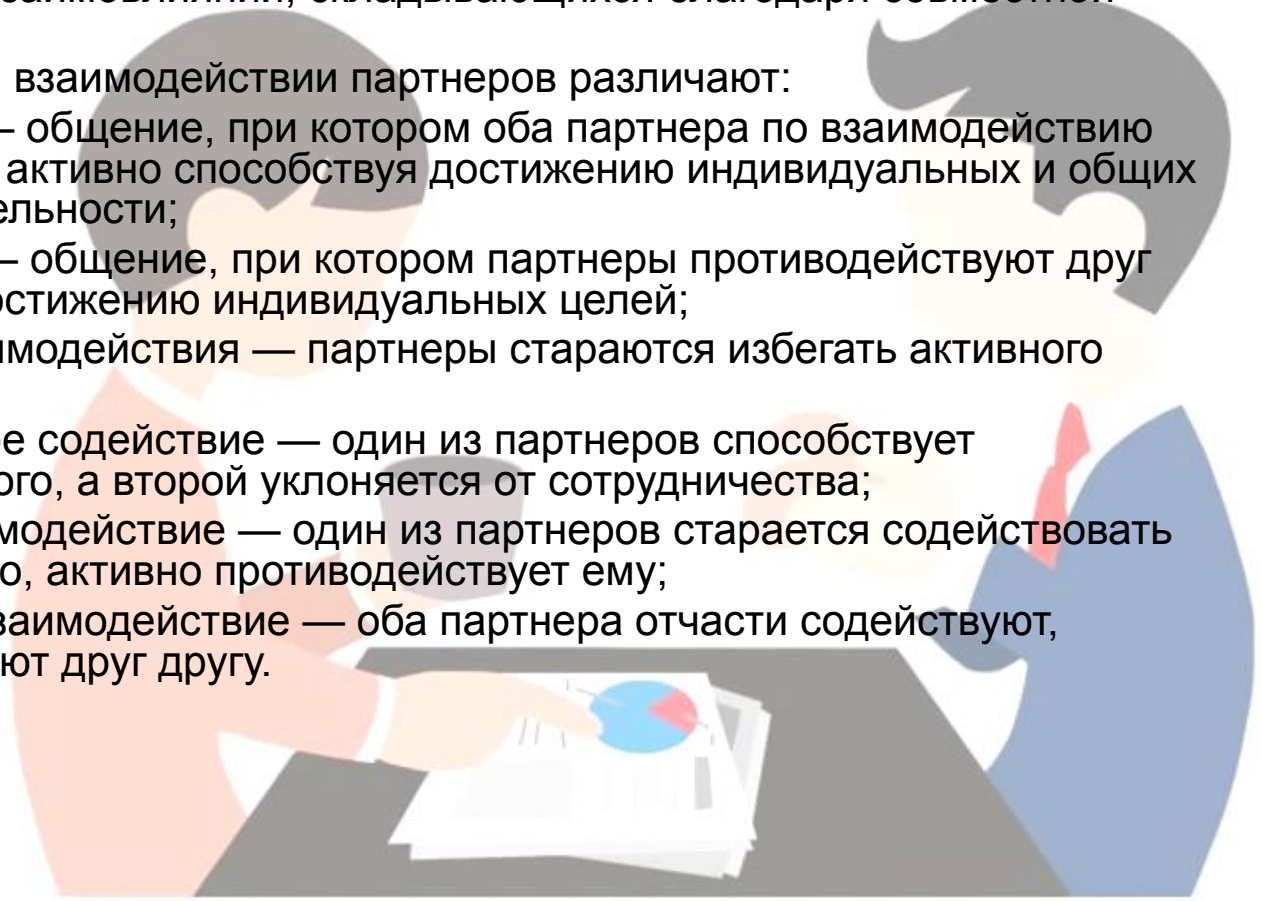
## 3) барьеры отношений (неприязнь, недоверие к коммуникатору, которое распространяется на передаваемую им информацию).

# Интерактивная сторона общения

Заключается в организации взаимодействия между индивидами, т. е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями. Общение почти всегда предполагает некоторый результат — изменение поведения и деятельности других людей. Здесь общение проявляется как межличностное взаимодействие, т. е. совокупность связей и взаимовлияний, складывающихся благодаря совместной деятельности людей.

При интерактивном взаимодействии партнеров различают:

- Сотрудничество — общение, при котором оба партнера по взаимодействию содействуют друг другу, активно способствуя достижению индивидуальных и общих целей совместной деятельности;
- Противоборство — общение, при котором партнеры противодействуют друг другу и препятствуют достижению индивидуальных целей;
- Уклонение от взаимодействия — партнеры стараются избегать активного сотрудничества;
- Однонаправленное содействие — один из партнеров способствует достижению целей другого, а второй уклоняется от сотрудничества;
- Контрастное взаимодействие — один из партнеров старается содействовать другому, который, однако, активно противодействует ему;
- Компромиссное взаимодействие — оба партнера отчасти содействуют, отчасти противодействуют друг другу.



# Перцептивная сторона общения

Означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой почве взаимопонимания. В процессе восприятия формируется представление о намерениях, мыслях, способностях, установках, культуре. В этот процесс включены как минимум два человека, и каждый сопоставляет себя с другим, принимая в расчет не только потребности, мотивы и установки другого, но и то, как этот другой понимает собственные потребности, мотивы и установки. Человек осознает себя через другого посредством определенных механизмов перцепции, к которым относятся:

- 1) познание и понимание людьми друг друга (идентификация, стереотипизация, эмпатия, аттракция);
  - Идентификация — это способ познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению.
  - Стереотипизация — это восприятие партнера на основе некоего стереотипа, т. е. прежде всего как представителя определенной социальной группы.
  - Эмпатия — это эмоциональное сопереживание другому человеку. Она основана на умении правильно представить себе, что происходит в душе другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир.
  - Аттракция (привлечение) — форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В данном случае понимание партнера по общению возникает благодаря формированию привязанности к нему, дружескому или более глубокому интимно-личностному отношению.
- 2) познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
  - Рефлексия — это механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.
- 3) прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).
  - Каузальная атрибуция — механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (стремление к выяснению причин поведения субъекта).

## 2 Коммуникативная культура в деловом общении

Коммуникативная культура — это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату.

В основе коммуникативной культуры лежат общепринятые нравственные требования к общению, неразрывно связанные с признанием неповторимости, ценности каждой личности:

- Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству, проявляющееся в приветствиях и пожеланиях, в интонации голоса, мимике и жестах.

- Корректность — умение держать себя в рамках приличия в любых ситуациях, прежде всего, конфликтных.

- Тактичность также является одной из важных составляющих коммуникативной культуры. Чувство такта — это, прежде всего чувство меры, чувство границ в общении, превышение которых может обидеть человека, поставить его в неловкое положение.

- Скромность в общении означает сдержанность в оценках, уважение вкусов, привязанностей других людей

- Точность также имеет большое значение для успеха деловых отношений. Без точного выполнения данных обещаний и взятых обязательств в любой форме жизнедеятельности дела вести трудно

- Предупредительность — это стремление первым оказать любезность, избавить другого человека от неудобств и неприятностей.

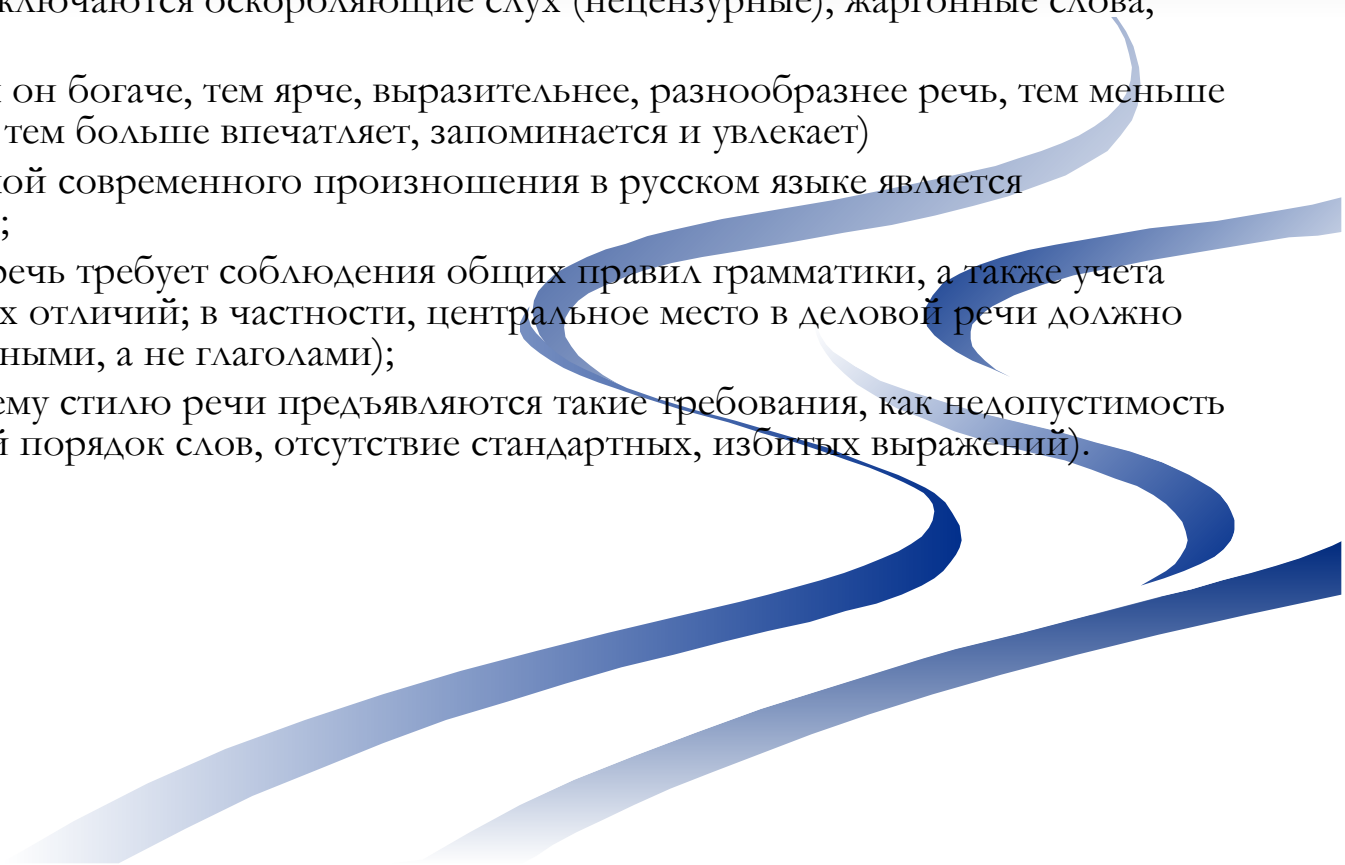


Не менее важными составляющими коммуникативной культуры являются знания, умения и навыки, относящиеся к речевой деятельности, т.е. культура речи.

В речевой деятельности можно выделить три стороны:

- содержательную,
- выразительную,
- побудительную.

К числу основных показателей культуры речи в деловом общении можно отнести:

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
  - словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает)
  - произношение (нормой современного произношения в русском языке является старомосковский диалект);
  - грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета некоторых специфических отличий; в частности, центральное место в деловой речи должно быть занято существительными, а не глаголами);
  - стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).
- 

# 3 Виды делового общения

Деловое общение можно условно разделить на

- прямое - непосредственный контакт;
- косвенное - между партнерами существует пространственно-временная дистанция.

Различают два вида делового общения:

- вербальное общение (от лат. *verbalis* — словесный) осуществляется с помощью слов;
- невербальное общение - средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение и пр.

Выделяют три основных стиля общения:

- ритуальный стиль, в соответствии с которым главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества.
- манипулятивный стиль, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей.
- гуманистический стиль, который направлен на совместное изменение представлений обоих партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании.

# Деловое общение реализуется в следующих основных формах:

- **Деловая беседа** — передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно.

- **Деловые переговоры** — основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.

- **Спор** — столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.

- **Деловое совещание** — способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

- **Публичное выступление** — передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.

- **Деловая переписка** — обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста. Письма, исходящие из вышестоящих организаций, содержат, как правило, указания, уведомления, напоминания, разъяснения, запросы.

## 4 Управление деловым общением

Управление общением — это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей. В процессе делового общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации.

Деловое общение выполняет многообразные функции, главными из которых являются:

- организация совместной деятельности;
- формирование и развитие межличностных отношений;
- познание людьми друг друга.

# Социально-психологические методы управления общением:

- Заражение — это бессознательное, стихийное принятие личностью определенного психологического состояния.

- Внушение — это активное воздействие одного субъекта на другого. Внушение происходит при условиях авторитетности источника внушения, доверия к источнику внушения, отсутствия сопротивления внушающему воздействию.

- Подражание — это воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения, манеры говорить и т. п. другого человека.

- Убеждение — это целенаправленное воздействие, оказываемое с целью трансформировать взгляды одного человека в систему воззрений другого, является главным методом воздействия на сознательную сферу личности. Его назначение — активизация мышления личности при усвоении информации, формирование у нее убежденности.

- Принуждение по сравнению с предыдущими методами — это наиболее насильственный метод воздействия на людей, так как предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям. В основе принуждения лежит страх перед наказанием и другими нежелательными для индивида последствиями.



# Виды делового общения

- менторский — поучительный, назидательный;
- одухотворяющий — возвышающий людей, вселяющий в них веру в свои духовные силы и личностные качества;
- конфронтационный — вызывающий у людей желание возражать, не соглашаться;
- информационный — ориентированный на передачу слушателям определенных сведений, восстановление в их памяти каких-то знаний.

# Заключение

Деловое общение — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Деловое общение отличается от общения в широком смысле тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения.

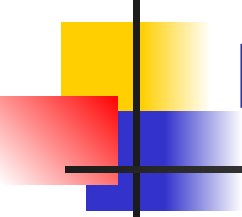
Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т. е. взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время, в стенах организации. Однако деловое общение — понятие более широкое, чем служебное, так как включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников-работодателей, происходит не только в организациях, но и на различных деловых приемах, семинарах, выставках и пр.

Управление общением — это многообразные формы и методы управления взаимодействием людей. В процессе делового общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации.

При общении происходит взаимодействие, по меньшей мере, двух личностей, общение — вид самостоятельной человеческой деятельности, и атрибут других ее видов. Деловое общение — важнейший фактор не только становления и самосовершенствования работника, но и его духовного и физического здоровья. Кроме того, общение — универсальный способ познания других людей, их внутреннего мира.

Благодаря деловому общению работник приобретает свой неповторимый набор личностно-деловых качеств.

# Список использованных источников



---

1. Аминов И.И. Психология делового общения / И.И. Аминов. - М.: Омега-Л, 2006. – 337 с.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений / Р.Н. Ботавина. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения / Г.В. Бороздина. -  
М.: ИНФРА-М, 2006. – 411с.
4. Зельдович Б.З. Деловое общение / Б.З. Зельдович. – М.: Альфа-Пресс, 2007. – 456 с.
5. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М.:ИНФРА-М, 2004. – 368 с.
6. Лавриненко В.Н. Психология и этика делового общения / В.Н. Лавриненко. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
7. Семенов А.К. Этика менеджмента / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и К, 2007. – 272 с.