

Психология общения

тема: Деловой этикет и общение.

Инструкция

1. Изучить материалы лекции
2. Сделать краткий конспект, составить тезаурус (основные понятия темы должны быть записаны в тетрадь)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИЙ ПРИСЫЛАТЬ НЕ НАДО, КОНТРОЛЬ БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЕН ПОСРЕДСТВОМ ТЕСТИРОВАНИЯ ПОСЛЕ ИЗУЧЕНИЯ ТЕМЫ

Основные психологические аспекты делового общения

Деловое общение- вид общения, сутью которого является то, что оно имеет регламентированный (целевой) характер и ограничивается рамками определенной темы или круга вопросов. Оно осуществляется, как правило, в ходе делового взаимодействия, в официальной, рабочей обстановке как в форме непосредственного личного контакта, так и через технические средства.

Можно назвать такие формы делового общения, как деловая беседа, совещание, заседание, собрание, переговоры, презентация, конференции и телеконференции, деловая переписка (теперь, все чаще - по электронной почте). Консультация эксперта (врача, юриста) по конкретному вопросу, консилиум, интервью журналисту, задания подчиненным, их отчеты перед руководством, выступление студента на семинаре, сдача экзамена, зачета, собеседование с преподавателем - все это примеры делового общения.

Исследователями отмечаются некоторые современные тенденции в изменении роли, содержания и качества делового общения.

Во-первых, наблюдается значительное усиление в современной жизни как в нашей стране, так и за рубежом роли общения, причем как делового, так и межличностного. В настоящее время расширились контакты между людьми, особенно в сфере международных отношений. В России существенно усилилась роль общения в процессе создания и оказания различных услуг.

Во-вторых, происходит заметное ослабление роли непосредственного общения в связи с развитием электронных коммуникационных систем и виртуальной организации труда.

В-третьих, на характер общения оказывает существенное влияние социально-экономическое и политическое расслоение современного российского общества.

Принципы делового общения

К общим принципам, регулирующим протекание процессов делового общения, относят его межличностность, целенаправленность, непрерывность и многомерность.

Межличностность. Межличностное общение характеризуется открытостью и многоплановостью взаимодействия людей, основанного на их личном интересе друг к другу. Несмотря на преимущественно деловую направленность, деловое общение неминуемо имеет характер межличностного контакта, содержит некий межличностный радикал. Осуществление делового общения в любом случае обусловлено не только конкретным делом или обсуждаемым деловым вопросом, но и личностными качествами партнеров, их отношением друг к другу. Поэтому деловое общение неотделимо от межличностного контакта.

Целенаправленность. Понятно, что любой акт делового общения целенаправлен. При этом направленность делового общения многоцелевая. В процессе общения наряду с осознаваемой целью информационную нагрузку несет и неосознаваемая (подспудная) цель. Так, докладчик, сообщая аудитории статистические данные, хочет обрисовать объективную ситуацию в проблемной области. Вместе с этим, может быть на неосознаваемом уровне у него есть стремление продемонстрировать присутствующим свой интеллект, эрудицию и красноречие. В этом же эпизоде можно обнаружить и другие цели.

Непрерывность. Попадая в поле зрения делового партнера, мы инициируем непрерывный деловой и межличностный контакт с ним. Поскольку общение включает как вербальные, так и невербальные элементы, мы постоянно посылаем поведенческие сообщения, которым собеседник придает определенный смысл и делает соответствующие выводы. Даже молчание партнера или его физическое отсутствие в данный момент включены в акт общения, если они значимы для другого человека. Это происходит потому что любое наше поведение информирует о чем-либо. Оно представляет собой реакцию на ситуацию и на окружающих людей. Опытные участники коммуникации обязаны знать о постоянно передаваемых явных и неявных сообщениях.

Многомерность. В любой ситуации делового взаимодействия люди не только обмениваются информацией, но так или иначе регулируют свои взаимоотношения. Например, когда, собираясь в поездку, Леонид говорит Денису: «Нам надо взять с собой карту», он не только передает информацию. Важно, как Леонид говорит - в зависимости от тона его сообщение может подразумевать: «я главное тебя - если бы не я, мы бы забыли важную вещь для нашей поездки».

В ходе делового общения могут реализовываться, по крайней мере, два аспекта взаимоотношений. Один аспект - это поддержание делового контакта, передача деловой информации. Другой - трансляция эмоционального отношения партнеру (позитивного или негативного), присутствующего в любом взаимодействии. Например, некто говорит кому-то: «Я рад видеть тебя». Мимика, сопровождающая эти слова, покажет, действительно ли говорящий искренне рад видеть собеседника. Если он улыбается, говорит искренне, смотрит в глаза и похлопывает собеседника по спине или уверенно пожимает ему руку, последний расценивает это как знаки расположения. А если слова приветствия произносятся быстро, без проникновенной интонации, с бесстрастным выражением лица, тот, к кому они обращены, воспримет их лишь как ритуальные знаки этикета.

Контексты делового общения

На процесс делового общения существенное влияние оказывают физический, социально-ролевой и эмоционально-нравственный **контексты**, в которых оно происходит.

Физический контекст делового общения составляют место, время, экологические условия окружающей среды (температура, освещение, уровень шума), физическое расстояние между участниками и т.п. Каждый из этих факторов может положительно или отрицательно повлиять на общение. Например, когда руководитель сидит за столом в кабинете и говорит со своими подчиненными - это один контекст, когда он разговаривает с теми же людьми за круглым столом в конференц-зале - уже другой контекст.

Социально-ролевой контекст определяется целью общения и тем, в какой ситуации оно происходит - в офисе, на церемонии официального приема, на деловой встрече, в учебной аудитории, полицейском участке, в ресторане, среди членов трудового коллектива.

ва или же при посещении конкурирующей организации. На протекание делового общения также воздействуют межличностные отношения и социальные позиции его участников.

Все это влияет на содержание общения и на то, как формируются, передаются и понимаются различные сообщения. Так, секретарь руководителя фирмы по-разному разговаривает со своим шефом и с клиентами. Молодой сотрудник, недавно принятый в компанию, будет вести себя неодинаково при беседе со своим ровесником и с гораздо более опытным и титулованным специалистом.

Эмоционально-нравственный контекст создает настроения и чувства, которые каждый из собеседников привносит в общение. Имеют значение и связи, сформировавшиеся между участниками в предыдущих коммуникационных эпизодах и влияющие на понимание происходящего в текущей ситуации.

Эмоционально-нравственный аспект представляет собой основное психологическое содержание делового общения, его внутреннюю сторону. Дать психологическую оценку деловому общению — это сказать, как выглядит отношение между деловыми партнерами в «человеческом» измерении (уважение-неуважение, высокомерие-подобострастие и т.п.).

С психологической точки зрения важно, какие эмоции и чувства, сопровождают процесс общения: радость, подъем, воодушевление или страх, гнев, тревога, неуверенность. На какой морально-этической основе выстраивается позиция, занятая в общении партнером, а также какие нравственные качества он проявляет в деловых отношениях: честность, порядочность, обязательность или им противоположные.

Нравственные нормы делового общения

Каждый из участников делового общения руководствуется определенными нравственными нормами: честностью и порядочностью, справедливостью, уважением, ответственностью и другими.

Честность вынуждает людей воздерживаться от обмана и лживых поступков. Но надо иметь в виду, что иногда приходится лгать даже тем людям, которые принимают честность в качестве непреложной нормы делового поведения. Чаще всего люди прибегают ко лжи, когда попадают в ловушку моральной дилеммы и вынуждены делать выбор между неудовлетворяющими альтернативами.

Основное правило морали состоит в том, что «нужно говорить правду всегда, когда это возможно. Фундаментальное требование этого правила означает, что не следует намеренно обманывать или пытаться обмануть других и самих себя. Лишь если мы сталкиваемся с настоящей моральной дилеммой и должны сделать выбор, оправданный обстоятельствами (например, не оповещать врага о планирующейся атаке с целью сохранения человеческих жизней), или выбрать из двух зол меньшее (защита конфиденциальности посредством лжи), только тогда возможна ложь».

Порядочность человека выражается в единстве его убеждений и действий. Порядочное поведение противоположно лицемерию и двуличию. Порядочный человек всегда выполняет данные кому-либо обещания. Например, сотрудник, пообещавший помощь коллеге при выполнении служебного задания, обязательно поможет ему, даже если это будет связано для него с серьезными трудностями.

Принцип **справедливости** в деловом общении предполагает объективность или отсутствие предвзятости в оценках других людей и их поступков. Проявление внимания или предупредительности к деловому партнеру и соблюдение его прав указывает на **уважение** к его личности. Уважение проявляется в том, слушаем ли мы и пытаемся ли

понять точку зрения нашего делового партнера, даже в том случае, когда она существенно отличается от нашей.

Ответственность проявляется в том, в какой мере участники делового взаимодействия отвечают за свои слова и выполняют взятые на себя обязательства, насколько они соблюдают моральные нормы, а также обязанности друг перед другом.

Подходы к деловому общению

В зависимости от самооценки, а также от восприятия и оценки партнера мы осознанно или неосознанно избираем различные подходы к построению деловых отношений. Отношения могут выстраиваться на: **партнерстве** (равном участии в деле); **соперничестве** (стремление во что бы то ни стало навязать или отстоять свою позицию); **доминировании** (стремлении подчинить себе партнера).

Партнерство означает отношение к другому человеку как равному себе самому. При партнерстве собеседник воспринимается как равноценный субъект, имеющий право быть таким, какой он есть, с которым надо считаться. Основные способы воздействия друг на друга строятся на гласном или негласном договоре, который служит и средством объединения, и средством взаимного контроля.

При **соперничестве** другая сторона представляется опасной и непредсказуемой. В отношениях с ней берет верх стремление переиграть ее, добиться одностороннего преимущества. Интересы другой стороны учитываются в той мере, в какой это определяется логикой конкурентной борьбы.

Подход, ориентированный на **доминирование**, определяет отношение к партнеру как к средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений. У того, кто склонен к доминированию, превалирует стремление распоряжаться, получить одностороннее преимущество.

Доминирование в отношениях рассматривается как комплиментарное или симметричное.

В **комплиментарных взаимоотношениях** один партнер позволяет другому определять, кто будет иметь большее влияние. Так, один участник общения играет лидирующую роль, а другой добровольно берет на себя роль ведомого. Например, отношения между работодателем и служащими комплиментарны и хозяин занимает контролирующую позицию. Обычно комплиментарны и взаимоотношения в ситуации публичной лекции, поскольку аудитория собирается, чтобы послушать лектора и признает преподносимую им информацию как заслуживающую доверия.

В **симметричных взаимоотношениях** люди специально заранее «не договариваются» о том, кто будет контролировать ситуацию. Допустим, один человек претендует на то, чтобы контролировать ситуацию, но другими это воспринимается как вызов и побуждает их заявить собственное право на лидерство. Или, наоборот, некто отказывается от власти, но другие не желают принимать это. Например, муж говорит жене: «Я считаю, что мы на пару месяцев должны сократить наши расходы». Жена может возразить на это: «Ни в коем случае! Мне нужен новый костюм, нужно купить новые покрышки для машины. Кроме того, ты обещал мне, что мы поменяем диван». В этом случае оба супруга претендуют на то, чтобы контролировать ситуацию.

Комплиментарные взаимоотношения реже приводят к открытому конфликту, а в симметричных взаимоотношениях чаще наблюдается равномерное разделение власти.

Психология общения

Достоинства и недостатки некоторых из указанных вариантов делового и межличностного общения можно охарактеризовать следующим образом.

Положительной стороной **партнерства** является то, что обе стороны, как правило, получают значительный выигрыш. Недостаток заключен в том, что может потребоваться очень много времени для его достижения, если партнер, например, ориентирован на соперничество.

Соперничество требует немного времени, приводит к победе, но только в том случае, когда вы располагаете очевидными преимуществами. Если же партнер не признает ваших преимуществ и так же, как и вы склонен к соперничеству, то дело может закончиться конфликтом или полным разрывом отношений.

Доминирование исключает затрату времени на дискуссии, столкновение мнений. Однако оно парализует волю подчиняемого партнера, тем самым обедняет общий интеллектуальный ресурс.