

## Тема 2. Особенности деловых коммуникаций

### Основные вопросы:

1. Понятие и сущность деловой коммуникации.
2. Основные особенности деловых коммуникаций.
3. Классификация деловых коммуникаций.
4. Слухи как неформальный вид деловой коммуникации.
5. Формы деловых коммуникаций..

### 1. Понятие и сущность деловой коммуникации

Исходя из содержания и целей общения, можно разграничить между собой неделовое (личностное) и деловое общение.

В личностном общении целью общения выступает сам процесс общения, которое ориентировано на разрешение внутренних психологических проблем и обсуждение с собеседником происходящих жизненных событий.

В процессе неделового общения индивид имеет возможность удовлетворить свои потребности в признании, сочувствии, поддержке со стороны других людей.

Значимой характеристикой делового общения является то, что само общение не выступает самоцелью, а общение используется лишь как средство достижения других целей в какой-либо продуктивной деятельности и ориентировано на повышение качество данной деятельности.

Как правило, деловое общение предполагает взаимодействие его участников в рамках сотрудничества с целью решения каких-либо производственных, функциональных, служебных (деловых) вопросов.

*Деловое общение* представляет собой особый вид общения, основной целью которого является решение определенной задачи общих интересов его участников (рис.9).

С - собеседник (1,2,...)



Рисунок 9. Схема делового общения

Именно в рамках коммуникативного компонента делового общения и осуществляется деловая коммуникация, которая является одним из видов социальной коммуникации в целом (рис.10).

*Деловая коммуникация* - обмен информацией интеллектуального и эмоционального содержания, которая является значимой для участников делового общения для достижения определенного результата в совместной деятельности.

Так как деловая коммуникация выступает одним из видов социальной коммуникации, то ей присущи все общие характеристики коммуникационного процесса (см. Тема 1), наряду с наличием определенных специфических черт.

Фундаментом для возникновения и осуществления деловых коммуникаций является *совместная деятельность* отдельных представителей социума, которая имеет деловую направленность.

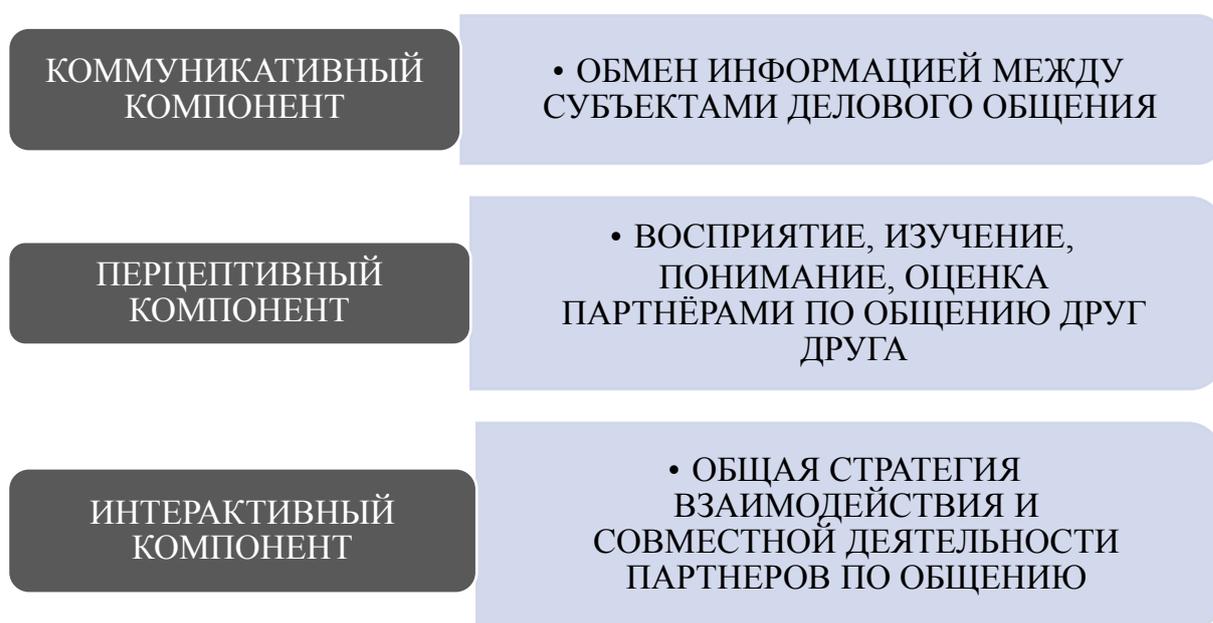


Рисунок 10. Структура делового общения

Так как социальная деятельность очень многогранна и многопрофильна, то и деловые коммуникации реализуются в различных сферах: в сфере образования, здравоохранения, экономике, культуре и др.

Следовательно, можно с уверенностью сказать, что деловые коммуникации являются неотъемлемой частью любого общества и носят универсальный социальный характер.

Эффективность деловых коммуникаций определяется при соблюдении определенных условий (рис. 11).

Таким образом, можно резюмировать, что *деловые коммуникации* представляют собой это осознаваемый целенаправленный и достаточно рациональный информационный обмен среди участников делового общения, в качестве которых может выступать как отдельный индивид, так и определенные социальные группы.

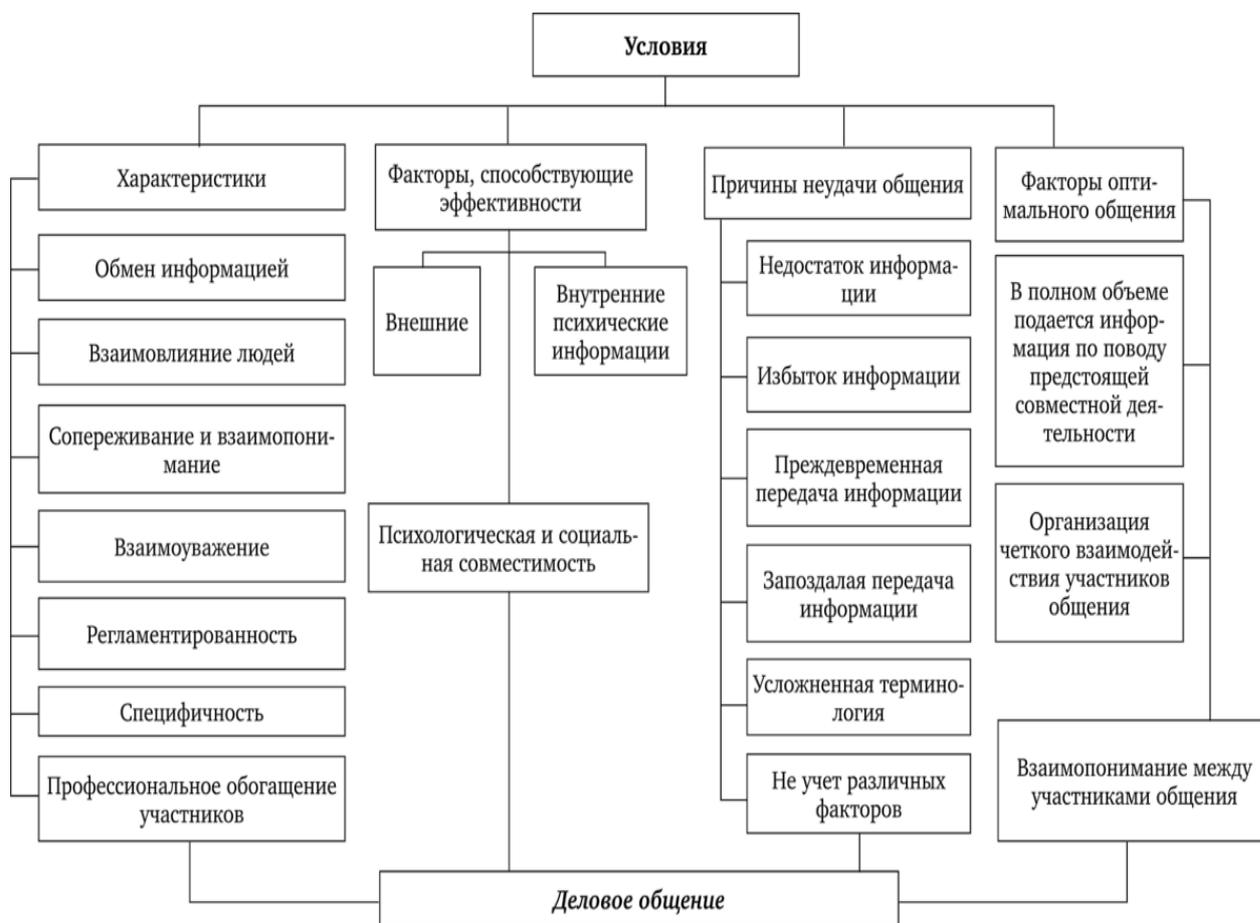


Рисунок 11. Условия эффективности деловых коммуникаций

Участниками, или субъектами деловых коммуникаций могут выступать как отдельные люди, так и группы людей, которые участвуют, или собираются участвовать в совместной деятельности. Будут ли они участвовать в совместных проектах, а если будут, то с каким взаимопониманием и с какой согласованностью действий, зависит от качества деловых коммуникаций, уровня их эффективности.

Любая деловая коммуникация характеризуется предметом, содержанием и целью.

Что может выступать предметом деловых коммуникаций? По поводу чего осуществляется деловая коммуникация? Сразу же отметим, что предмет деловых коммуникаций не ограничен какой-то определенной областью, предметом деловых коммуникаций могут быть любые проблемы во всех сферах жизни общества – экономической, социальной, политической, духовной, требующие для своего решения совместных усилий. Любая совместная деятельность дело предполагает коммуникативное взаимодействие и общение участников.

Предмет деловой коммуникации определяет и ее содержание, то есть взаимодействие и обмен той информацией, знаниями, опытом, которые необходимы для решения конкретной проблемы.

Деловая коммуникация направлена на достижения определенных целей, которые поставлены ее участниками, и которые носят разнообразный характер: эффективный обмен информацией, установление сотрудничества, налаживание деловых отношений, заключение контракта, совместную деятельность в той или иной области и т. д. Причем цели участников коммуникации могут и не совпадать.

## 2. Основные особенности деловых коммуникаций

Наряду с общими свойствами коммуникаций, деловые коммуникации имеют ряд особенностей (рис.12). Рассмотрим данные особенности более подробно.

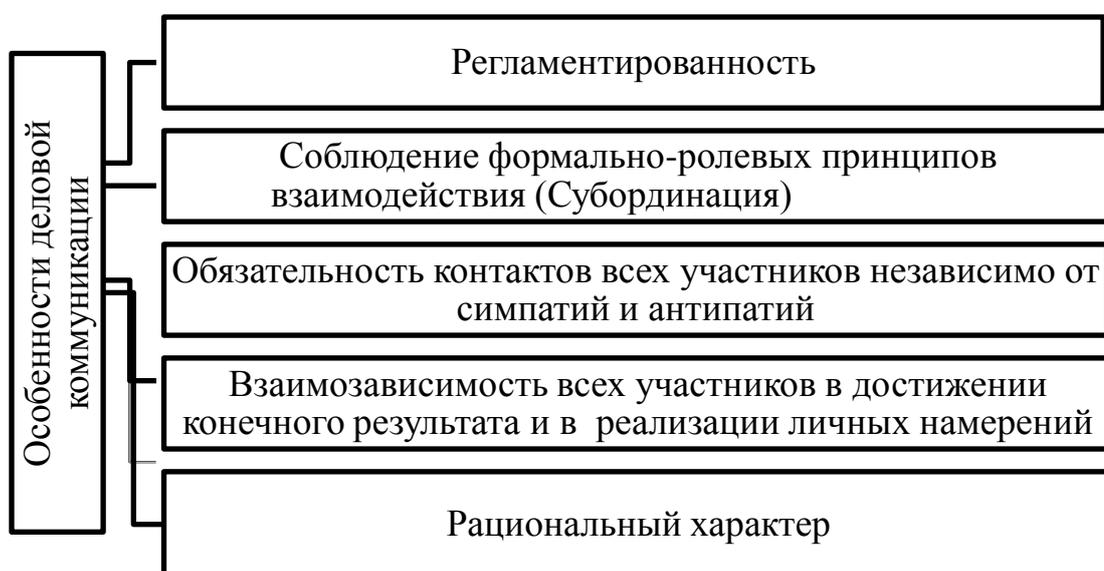


Рисунок 12. Особенности деловой коммуникации

*1. Регламентированность*, т.е. подчиненность установленным правилам и нормам:

- соблюдение делового этикета;
- ограниченность временными рамками.

Регламентированность субъектов деловых коммуникаций определяется *деловым этикетом*, под которым понимают средство регуляции взаимоотношений людей различных социальных и коммуникативных статусов, средство знаково-символического оформления социальных взаимодействий в деловой сфере.

Правила делового этикета регулируют процесс деловой коммуникации в социуме с формальной стороны, устанавливая определенные нормы поведения для всех субъектов взаимодействия, которые основываются на уважении к личности партнера по деловому общению.

Деловой этикет включает в себя требования к использованию участников общения речевых и невербальных средств общения (манера общения) и требования к их внешнему виду (деловой имидж).

Ограниченность деловых коммуникаций временными рамками обусловлена ценностью времени как невозобновляемого жизненного ресурса. Например, в настоящее время в рамках осуществления деловой коммуникации существует определенный временной регламент, ориентированный на максимальную ее эффективность. Так, оптимальным временем на деловой телефонный разговор считается 4 - 5 минут, на проведение деловой встречи - 30-60 мин. и т.д.

2. *Соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия* подразумевает иерархический характер в деловой коммуникации, что заключается в обязательности соблюдения субординации в отношениях между ее участниками.

Субъекты деловой коммуникации выступают в своем общении в формальных официальных статусах, которые определяют социальные роли и необходимые нормы и правила поведения (преподаватель – студенты, руководитель – подчиненные, адвокат – подсудимый и т.д.). Следовательно, в осуществлении деловой коммуникации ее участникам необходимо соблюдать определенный ролевой репертуар. Каждой такой формальной роли соответствуют определенные ожидания других субъектов деловой коммуникации.

*Субординация* – регламентированные отношения между участниками деловой коммуникации, в которых одни субъекты коммуникации наделены более высоким статусом (должностью) и большими правами, чем другие субъекты [19].

Субординация в деловой коммуникации может быть различной по степени строгости соблюдения, в зависимости от сферы реализации.

3. *Обязательность контактов всех участников независимо от симпатий и антипатий.* В настоящее время в практике деловых коммуникаций у их субъектов далеко не всегда существует возможность выбора деловых партнеров, которые вызывают у них симпатию или иные положительные эмоции. Деловая коммуникация осуществляется вне зависимости от симпатий и антипатий деловых партнеров в ходе их коммуникативного взаимодействия.

Конечно, наличие личностных предпочтений субъектов деловой коммуникации невозможно игнорировать, но в процессе делового коммуникативного взаимодействия в большинстве случаев речь идет на ориентацию достижения общей деловой цели, а не на формирование личностных отношений (например, учитель в школе не имеет возможность выбирать себе учеников, исходя из личных предпочтений).

4. *Рациональный характер деловых коммуникаций.* В рамках личностного общения чувства и эмоции участников являются очень значимыми, но деловым коммуникациям присущ не эмоциональный, а рациональный характер. Несомненно, в деловых коммуникациях

присутствуют эмоции и чувства ее участников, но они носят служебный характер и не являются определяющими процесс деловой коммуникации.

Следовательно, в сфере деловых коммуникаций ее участникам необходимо не только максимально сдерживать свои эмоции и чувства, но и демонстрировать чувства, которые соответствуют конкретной ситуации делового общения, даже при их отсутствии.

### 3. Классификация деловых коммуникаций

На сегодняшний день не существует единой классификации деловых коммуникаций, так как оснований для таких классификаций можно найти достаточно много. В рамках данного вопроса мы рассмотрим виды деловых коммуникаций по направленности и по способу их возникновения (рис.13.).



Рисунок 13. Виды деловых коммуникаций

Направленность информации в деловой коммуникации является основанием деловых коммуникаций на вертикальные и горизонтальные коммуникации, так как обмен информацией в любой организации возможен в вертикальном уровне или в горизонтальном.

Вертикальные деловые коммуникации в свою очередь можно разделить на нисходящие (коммуникации снизу вверх) и восходящие (коммуникации

сверху вниз).

К нисходящей деловой коммуникации относится вся информация, которая адресована от вышестоящих по служебной лестнице лиц (руководителей) нижестоящим (подчиненным). Примером могут быть различные распоряжения, приказы, постановления, инструкции и др. В большинстве случаев содержание нисходящей деловой коммуникации фиксируется в письменной форме, но это не исключает возможность использования руководством устной формы сообщений.

*Восходящая деловая коммуникация* включает в себя информацию, исходящую от нижестоящих по служебной лестнице лиц к вышестоящим лицам. Примером могут быть различные заявления, отчеты, ответы на запросы, жалобы, предложения и т.д.

*Горизонтальные деловые коммуникации* включают в себя разнообразные формы информационного обмена между равными по статусу коллегами. Данный вид деловых коммуникаций может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность сотрудников в трудовом коллективе, что связано с особенностями межличностных отношений в той или иной социальной группе.

Деловые коммуникации по способу их возникновения так же можно разделить *формальные и неформальные* коммуникации.

К формальным деловым коммуникациям относят коммуникации, которые осуществляются между индивидами на основе норм и правил, закрепленных в должностных инструкциях и других нормативных документах. В процессе реализации формальных деловых коммуникаций следует соблюдать определенные административные нормативные рамки (служебную этику).

Неформальная деловая коммуникация трактуется как обмен информацией между индивидами (сотрудниками), который не связан с их должностными обязанностями и работой в организации. Зачастую неформальная деловая коммуникация осуществляется в форме личной информацией, обмена мнениями по личным вопросам, сплетен и слухов. Особая роль в неформальной деловой коммуникации принадлежит слухам, которые мы рассмотрим в следующем параграфе темы.

#### **4.Слухи как неформальный вид коммуникации**

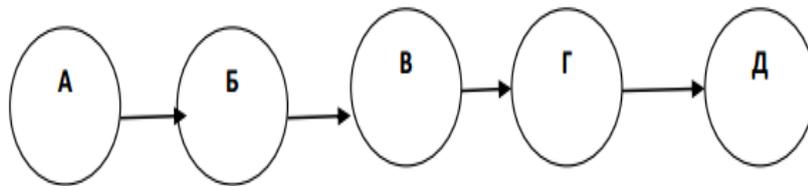
Слухи как вид распространения неофициальной информации в трудовом коллективе возникают спонтанно независимо от желания руководителей. Распространяются слухи по цепочкам различного вида:

- однонаправленной;
- вероятностной;
- гроздевой (рис.14).

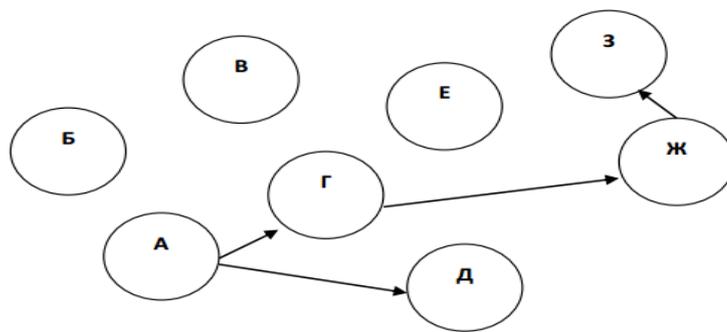
Информация в форме слухов распространяется намного быстрее, чем официальная информация и не всегда отражает, реальную ситуацию. Основной причиной появления слухов является отсутствие или недостаток

достоверной информации по какому-либо актуальному волнующему сотрудников вопросу.

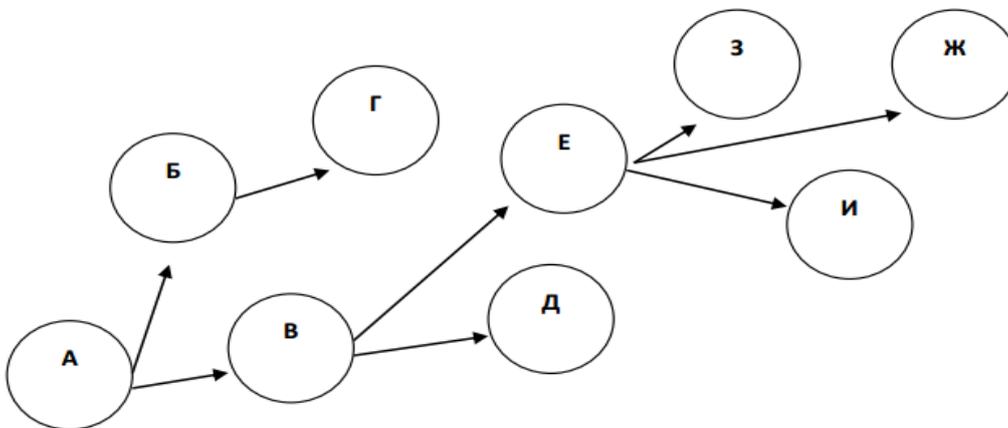
Склонность к распространению слухов имеется у каждого человека, но у всех людей она проявляется по-разному, в зависимости от личностных особенностей человека.



Однонаправленная цепочка



Вероятностная цепочка



Гроздевая цепочка

Рисунок 14. Схемы распространения слухов

С точки зрения психологической науки, причинами, по которым люди участвуют в распространении слухов, могут быть следующие:

- желание показать свою значимость как обладателя ценной неизвестной никому информацией;
- стремление принадлежать к группе и быть в нее включенным;
- повышенная тревожность и неуверенность в себе;
- сильная внушаемость и некритическое восприятие информации.

Влияние слухов на деятельность сотрудников организации может быть как негативным, так и положительным. В зависимости от их содержательной направленности.

## **5. Формы деловых коммуникаций**

Под формой деловых коммуникаций понимаю их внешний вид и организацию.

К формам деловых коммуникаций относятся:

- деловые беседы, совещания, переговоры;
- публичные выступления (доклады, сообщения, приветствия);
- пресс-конференции;
- дискуссии, дебаты;
- презентации;
- деловые завтраки, обеды, ужины, фуршеты.

Отметим, что процесс и результаты деловых коммуникаций в большинстве случаев оформляются документально в виде деловых писем, протоколов, приказов, договоров, постановлений и т.д.