

Понятие и виды деловых коммуникаций



Понятие и функции коммуникации

В самом общем виде, *коммуникация - это обмен информацией между людьми, посредством использования общей системы символов (знаков).*

Слово коммуникация происходит от латинского “communis”, что означает «общество», «община», «общий» и родственно таким словам, как «коммуна», «коммунальный».

Коммуникация или общение - это процесс достижения общего понимания. В психологии общение определяется как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или аффективно-оценочного характера

Определения понятия «КОММУНИКАЦИЯ»



Г.Гербнер - Социальное взаимодействие, осуществляемое с помощью сообщений.

А.П.Панфилова - Специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

И.А.Ричардс - Феномен «когда одно человеческое сознание так действует на окружающую его среду, что это влияние испытывает другое человеческое сознание, и в этом другом сознании возникает опыт, который подобен опыту в первом сознании, и вызван в какой-то мере этим первым опытом»

А.Г. Самохвалова - Сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание друг друга

3-и функции общения:

Информационная, заключающаяся в передаче и приеме информации как некоего сообщения, в котором имеют место два элемента: текст (содержание сообщения) и отношение к нему человека. Изменение этих составляющих существенно влияет на характер восприятия сообщения, на степень его понимания и приятия

Регулятивная, направленная на организацию взаимодействия между людьми, а также на коррекцию человеком своей деятельности или состояния

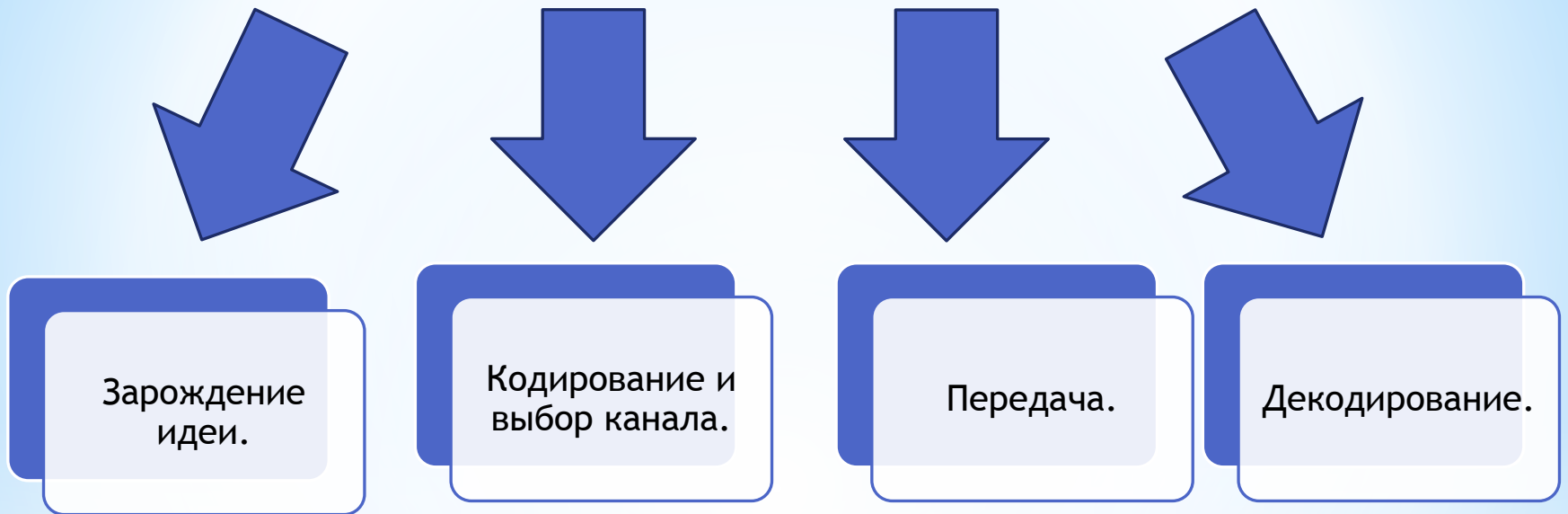
Аффективная, представляющая собой процесс внесения изменений в состояние людей, что возможно и при специальном (целенаправленном), и в произвольном воздействии. Потребность человека в изменении своего состояния проявляется у него как желание поделиться информацией, выговориться, излить душу и т.п.



Коммуникационный процесс и его этапы

1. Отправитель, лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее.
2. Сообщение, собственно информация, закодированная с помощью символов.
3. Канал, средство передачи информации.
4. Получатель, лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

Этапы процесса КОММУНИКАЦИЙ:



Зарождение идеи



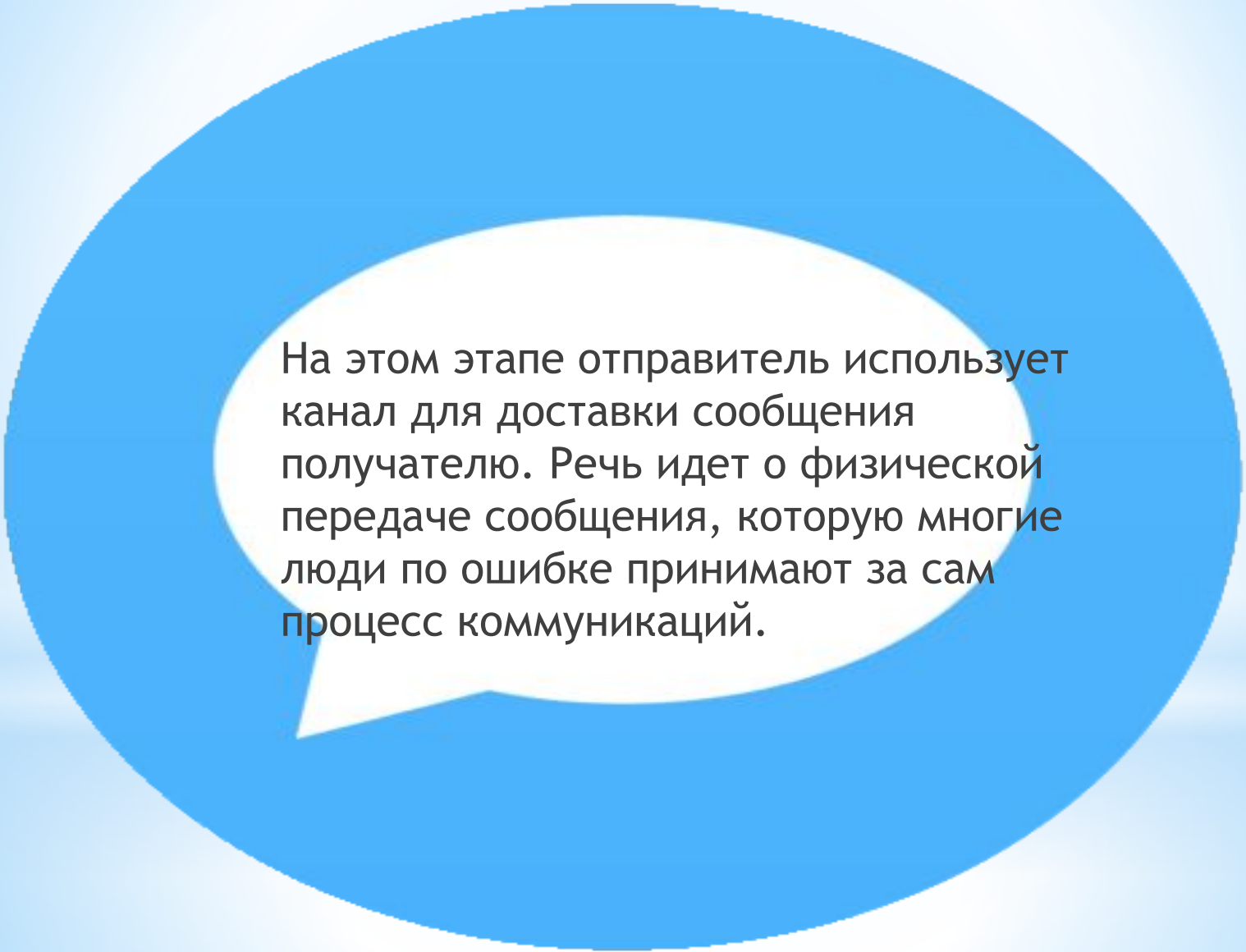
Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. Идея, на этом этапе, еще не трансформирована в слова и не приобрела другой формы, в которой она послужит обмену информацией. Отправитель решил только, какую именно концепцию он хочет сделать предметом обмена информацией. На этом этапе, необходимо осознать - какие, именно идеи предназначены к передаче.

Кодирование и выбор канала

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, используя для этого слова, интонации и жесты (язык тела) или иные знаки понятные адресату. Такое кодирование превращает идею в сообщение.

Например, руководитель хочет предупредить подчиненного о недопустимости регулярных опозданий на работу, и думает, как целесообразнее это сделать: во время легкой беседы за чашкой кофе или вызвав для разговора к себе в кабинет. Безусловно, более эффективным будет второй способ передачи информации. Так как, разговор за чашкой кофе, скорее всего, будет воспринят подчиненным, как несерьезный, а беседа в кабинете руководителя настраивает на более серьезное восприятие той же информации.

Передача



На этом этапе отправитель использует канал для доставки сообщения получателю. Речь идет о физической передаче сообщения, которую многие люди по ошибке принимают за сам процесс коммуникаций.

Декодирование

Декодирование - это перевод символов отправителя в мысли получателя.

Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, последний будет знать, что имел в виду отправитель, когда формулировал свою идею. Однако по ряду причин, получатель может придать несколько иной, чем в голове отправителя, смысл сообщению. С точки зрения руководителя, обмен информацией следует считать эффективным, если получатель продемонстрировал понимание идеи, производя действия, которых ждал от него отправитель



В коммуникационном процессе важными являются обратная связь и помехи при обмене информацией.

Обратная связь – это реакция получателя на полученное сообщение. Она осуществляется с помощью разных сигналов: развернутое вербальное сообщение, уточняющий вопрос, кивок, удивленный взгляд, быстрый ответ по электронной почте и т.д. Обратная связь дает возможность отправителю установить, получено ли сообщение, как оно понято и вызвало ли ожидаемую реакцию. При наличии обратной связи отправитель и получатель меняются коммуникативными ролями. То есть, получатель пытается передать то, что он понял из посланного ему сообщения, проходя все те же рассмотренные выше этапы

Характеристики обратной связи

- ✓ адресность: обратная связь должна даваться с учетом индивидуальных особенностей и интересов собеседника, она должна повышать его ценность и значимость, а не унижать чувство собственного достоинства;
- ✓ конструктивность: при обратной связи не следует давать оценок личности собеседника, а высказывать свою позицию по поводу услышанной информации;
- ✓ полезность: информация, предоставляемая в виде обратной связи, должна помогать собеседнику в решении его проблем;
- ✓ своевременность: чем быстрее осуществляется обратная связь, тем лучше;
- ✓ ясность: она должна осуществляться с помощью четких, однозначно понимаемых фраз;
- ✓ достоверность: информация, передаваемая обратной связью, должна быть надежна и отражать реальное состояние дел.