

A group of five business professionals (three women and two men) are seated around a light-colored oval table in a meeting room. They are dressed in white shirts and business attire. One man is pointing at a whiteboard in the background. There are laptops and papers on the table. The background is plain white.

# Деловое общение

**ПОДГОТОВИЛ**  
**Студент группы БГБ 16-12**  
**Проверила К.И.Н.**

**Б. А. Васильев**  
**Э.А. Мухтасарова**

# Содержание

- Введение.
- Основные виды делового общения, их цель
- основные этапы делового общения
- Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения
- Речевые и психологические правила делового общения
- Порядок приветствий и представлений в деловом общении
- Что изучает психодиагностика
- Условия, формирующие оптимальное деловое общение в коллективе.
- Заключение
- Список использованной литературы

# Введение.

---

- Деловое общение — это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.
- Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

# Основные виды делового общения, их цель.

- Различают два вида делового общения: вербальное и невербальное. **Вербальное** общение (от лат. «verbalis» – словесный) осуществляется с помощью слов. При **невербальном** общении средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение.
- Предметом делового общения является общее дело. **Содержание делового общения** составляет социально значимая совместная деятельность людей, которая предполагает согласованность действий, понимание и принятие каждым ее участником целей, задач и специфики этой деятельности, своей роли и своих возможностей по ее реализации.
- **Целью делового общения** является организация и оптимизация определенного вида совместной предметной деятельности. Помимо общей цели делового общения в нем можно выделить и личные цели, реализуемые участниками общения:
  - 1) стремление к личной безопасности в процессе социальной деятельности, что часто проявляется в уходе от ответственности;
  - 2) стремление к повышению своего жизненного уровня;
  - 3) стремление к власти, т.е. стремление расширить круг своих полномочий, продвинуться вверх по служебной лестнице, избавиться от бремени иерархического контроля;
  - 4) стремление повысить свой престиж, что часто сочетается со стремлением укрепить престиж занимаемой должности и самой организации

# ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

---

- **Подготовительный этап**
- Этот этап предполагает непосредственную организацию встречи. На первом этапе необходимо составить план с конкретными вопросами и несколькими вариантами решения проблемы. Нужно проанализировать точки зрения партнёра по переговорам и выбрать наиболее выгодную стратегию взаимоотношений; рекомендуется сделать прогноз результата беседы. Завершают подготовительный этап организационные моменты: обозначение места и времени встречи.
- **Понимание собеседника**
- Психологический портрет собеседника, который складывается в ваших глазах, зависит от определенных обстоятельств, продолжительности знакомства, информации о человеке, полученной от других работников.
- манера говорить (содержание, логичность, длительность, выразительность и особенности речи);
- жестикуляция и мимика;
- конкретные действия (передвижения и позы человека, расстояние между собеседниками, прикосновения);
- телесные движения (прикосновение, похлопывание, поглаживание).

# Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения

- **Коммуникативная сторона общения** проявляется в содержании информационного процесса между людьми как активными субъектами формирования, передачи и приема сообщений. Она осуществляется с учетом отношений между партнерами, их установок, целей, намерений и пр., что приводит не просто к «движению» информации, но и к уточнению представлений и обогащению знаний, которыми обмениваются общающиеся
- **Интерактивная сторона общения** отражает процесс систематической смены коммуникативных ролей и взаимного воздействия партнеров по общению, т.е. взаимодействие между людьми в процессе общения (обмен знаниями, идеями, действиями, эмоциями и т.п.). В профессиональном общении данная сторона общения характеризует взаимодействие и построение отношений общающихся друг с другом, непосредственно влияя на организацию и результат совместной деятельности
- **Перцептивная сторона общения** (от латинского «perceptio» - восприятие) - процесс, возникающий при человеческом взаимодействии на основе естественного общения и протекающий в форме восприятия и понимания человека человеком.
- Процесс перцепции зависит от эмоций, мнений, установок, пристрастий и предубеждений.

# Речевые и психологические правила делового общения

- Специалисты по деловой коммуникации отмечают, что человек высказывает 80% из того, что хочет сообщить; слышащие его воспринимают лишь 70%, понимают 60 %, а в памяти у них остается, по одним источникам, 24% сказанного, по другим - от 10 до 15%.
- Возрастанию эффективности делового общения способствуют его необходимые составляющие, а именно: умение говорить и умение слушать.
- В коммуникативном аспекте умение говорить предполагает соблюдение правил речевого общения. Все многообразие правил речевого общения можно разделить на три группы.
- К **первой группе** относятся нормативные требования к речевой коммуникации, обусловленные ее профессиональными целями. Это:
  - 1. Правило релевантности (от англ. relevant - уместный, относящийся к делу), которое предписывает:
    - - говорить по существу обсуждаемой проблемы;
    - - говорить то, что важно в данной ситуации;
    - - соотносить сказанное с ожиданиями партнера.
  - 2. Правило качества информации, согласно которому необходимо:
    - - предъявлять правдивую и проверенную информацию, чтобы высказывания соответствовали истине,
    - - доказывать и аргументировать свои высказывания,
    - - не высказывать вслух то, для чего нет доказательств.
  - 3. Правило необходимости и достаточности информации. В связи с этим целесообразно:
    - - говорить не больше и меньше, чем требуется в данной ситуации и для достижения результата.
  - 4. Правило соответствия, которое выражается словами: «Не отклоняйтесь от темы»

● **Вторая группа** правил касается языковой нормативности и включает требования:

● **1. Правильности речи** - ее соответствия грамматико-стилистическим нормам. Нарушение этого правила связано с такими ошибками, как употребление слов не в соответствии с их значениями, игнорирование семантики слов, неумелое пользование антонимами, пропуски слов, необходимых для адекватного выражения смыслов, неудачный выбор синонимов, смешение паронимов (слов, имеющих сходство в морфологическом составе и, следовательно, в звучании, но различающихся по значению, например, надо: склонить голову, а не преклонить; красивая и практичная одежда, но не практическая); соединение просторечных слов с книжными, неправильное построение фраз, неправильные ударения и написание слов и др. ошибки;

● **2. Точности речи** - ее соответствия мыслям говорящего. Согласно этому требованию нельзя использовать термины-синонимы в одном высказывании, неуклюжие словообразования (например, ксерить, разблюдовка), профессионализмы за пределами профессиональной среды, слова-паразиты, нельзя злоупотреблять штампами и канцеляризмами.

● **3. Ясности речи**, что обеспечивает ее доступность пониманию слушающего. В связи с этим необходимо избегать в речи многозначных терминов или прояснять, в каком смысле используется в высказывании тот или иной многозначный термин. Чтобы сделать речь доступной, кроме того, необходимо использовать определения, сравнения, примеры, метафоры - обороты речи, заключающие скрытое уподобление, образное сближение слов на основе их переносного значения, аналогию.

4. **Краткости и четкости речи**, отсутствия в ней лишних слов, ненужных повторений. Речевые ошибки, возникающие вследствие нарушения этого правила: использование плеоназмов (одновременное употребление близких по смыслу и потому лишних слов): темный мрак, предчувствовать заранее, главная — суть — и т.п.; Данное правило также предписывает говорить **короткими фразами**, четко формулируя мысль и используя при этом предложения, состоящие из 8-15 слов. По другим данным, сознание обычно не воспринимает смысл фраз, составленных более чем из 13 слов, а согласно некоторым исследованиям - даже из 7 слов.

5. **Логичности речи** - ее соответствия законам логики.

6. **Соблюдения правила конгруэнтности** - совпадения слов и невербальных сигналов. Нарушение этого правила ведет к подозрительности и непониманию.

7. **Соответствия речевых клише нормативным правилам официально-делового стиля**; Усилению эффективности вербального воздействия (за исключением ситуаций делового общения, для которых предписан только официально-деловой стиль) могут способствовать такие характеристики речи как:

- **простота речи** - ее безыскусственность, естественность, отсутствие вычурности, «красивостей слога»; - **богатство речи** - разнообразие используемых в ней языковых средств; **чистота речи** - устранение из нее слов нелитературных, жаргонных, вульгарных, иностранных терминов, употребляемых без особой необходимости; - **живость речи** - отсутствие в ней шаблонов, ее выразительность, образность, эмоциональность; - **благозвучие речи** - ее соответствие требованиям приятного для речи звучания, подбор слов с учетом их звуковой стороны Бороздина Г. В. Психология делового общения.

# Порядок приветствий и представлений в деловом общении

- **Приветствие.** Вежливость как главный атрибут воспитанного человека предполагает *приветствие*. Главным правилом устного приветствия является принцип "*снизу вверх*", первым здоровается подчиненный с начальником, младший по возрасту со старшим, мужчина с женщиной.
- Для *рукопожатий* действует принцип "*сверху вниз*", т.е. первым предлагает руку человек более старший по должности или по возрасту. Рукопожатия не всегда обязательны. Например, когда к руководителю входит посетитель, достаточно вежливо и корректно ограничиться словесным приветствием "Здравствуйте", при этом сделать легкий поклон головой и слегка улыбнуться.
- **Представление** в деловой жизни является важным элементом вежливости. Посредством его можно установить нужные и полезные связи. Согласно деловому этикету представить кого-то — значит назвать его имя, фамилию, должность, организацию, в которой он работает.
- По строгим правилам делового этикета знакомство должно происходить при содействии третьего лица, знающего обоих знакомящихся. Этот человек выступает гарантом порядочности представляемых друг другу людей. Но в сегодняшнем деловом мире роль гаранта может выполнить организация, в которой работают (или встретились на деловом мероприятии) сотрудники.

- **Обращение.** Чувство такта играет решающую роль в выборе формы обращения, отражающей существующие между людьми отношения. Обращения предлагают собеседникам общаться в определенном тоне, соблюдая определенные отношения: отношения людей близких или далеких, равных или неравных, отношения служебные, дружеские, фамиллярные, почтительные и т.д

- Переход от "вы" к "ты" или наоборот — всегда волнующее событие, утверждение новых отношений. Есть люди, которые быстро и легко переходят на "ты", другие, наоборот, делают это неохотно. Есть и те, которые отказ от "ты" рассматривают как сознательное отдаление и даже как личное оскорбление. Нет специальных правил, когда и при каких обстоятельствах можно переходить на "ты". Это полностью зависит от характера людей, отношений, обстановки. Вместе с тем никогда младший по возрасту не должен первым переходить на "ты" со старшим, подчиненный — с начальником, секретарь — с посетителем.

- С предложением перейти на "ты" нужно быть достаточно осторожным, потому что отказ может вызвать чувство неловкости, особенно у того, кто сделал это предложение. Предлагаемое в последнее время на корпоративных тренингах общение на равных между участниками, независимо от их возраста и должности, — это ловушка. Лингвистическим и невербальным способом она как бы нарушает иерархию и создает иллюзию равноправия. Причем только иллюзию, поскольку настоящее равноправие между начальником и подчиненным практически невозможно.

# Что изучает психодиагностика

- Психодиагностика – это область психологической науки, которая разрабатывает теорию, принципы, инструменты оценки и измерения индивидуально – психологических особенностей личности.
- Термин «психодиагностика» в научный обиход ввел Роршах, когда появилось его работа «Психодиагностика». В переводе с греческого термин «психодиагностика» означает «различительное познание души»
- В ранней отечественной монографии по психодиагностике Гуревич отмечает, что психодиагностика – это наука о методах, классификации и ранжирования людей по психологическим и психофизическим признакам.
- Бодалев и Сталин термин «психодиагностика» интерпретирует как науку и практику постановки психологического диагноза. Акимова определяет психодиагностику как область психологической науки, которая разрабатывает методы изучения человека и как область практики по выявлению психических и психофизических качеств и особенностей человека.
- Таким образом в компетенцию психодиагностики входит: конструирование методик; разработка требований, которым должны соответствовать методики; выработка правил проведения обследования и способов обработки данных; интерпретация результатов; обсуждения возможностей и ограничений использования тех или иных методов.

- Основная задача психодиагностики – это постановка психологического диагноза. Психологический диагноз – это установление категоризации и классификации тех или иных особенностей личности (Свентиций)

- Психологический диагноз – заключение о состоянии и свойствах испытуемого на основании комплексного анализа отдельных характеристик и показателей (Обчарова) Психологический диагноз – это описание актуального состояния личности, прогноз дальнейшего развития и разработка рекомендаций (Гуревич)

- Психологический диагноз – это описание актуального состояния личности, прогноз дальнейшего развития и разработка рекомендаций (Гуревич)

- По Гуревичу можно выделить 2 типа диагноза:

- 1. Диагноз на основе констатации наличия или отсутствия какого либо признака.

- 2. Диагноз, позволяющий находить место испытуемого внутри обследуемой выборки.

- В зависимости от типа диагноза клиента может быть направлен к врачу, педагогу –специалисту или психологу.

- В структуре психологического диагноза специалисты выделяют 3 блока:

- 1.Соответствие объекта психодиагностики феноменологическому уровню.

- 2.Отражение причинных оснований.

- 3.Описание предлагаемых мероприятий, которые находятся в компетентности практического психолога. Также Бурлачук и Морозов отмечают, что диагноз может устанавливаться на разных уровнях: симптоматический, этнологический типологический

- Психологический диагноз устанавливается на основании данных психологического заключения. Психологический диагноз не устанавливается на основании применения только одной методики

# Условия, формирующие оптимальное деловое общение в коллективе.

- **Пунктуальность** (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 процентов к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.
- **Конфиденциальность** (не болтайте лишнего). Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет также необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.
- **Любезность, доброжелательность и приветливость.** В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.

**Внимание к окружающим** (думайте о других, а не только о себе).

Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.

**Внешний облик** (одевайтесь как положено). Главный подход — вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения — в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Важное значение имеют тщательно подобранные аксессуары. Нужно следить за выражением своего лица. В повседневном общении оно не должно быть угрожающим или надменным — это может стать психологическим барьером при разговоре с людьми.

● **Грамотность** (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

# Заключение

- Умение вести себя с людьми надлежащим образом является одним из важнейших, если не важнейшим, фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности. Дейл Карнеги еще в 30-е годы заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах даже в технической сфере или инженерном деле процентов на пятнадцать зависят от его профессиональных знаний и процентов на восемьдесят пять - от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди personal public relation (весьма приблизительно можно перевести как "деловой этикет").
- Специфика делового общения заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляются в правовых рамках. Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить взаимодействия в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

# Список использованной литературы

- 1 Батаршев А. В. Тестирование: Основной инструментарий практического психолога: Учеб. пособие.- М.: Дело, 2003. — 240 с.
- 2 Бурлачук Л. Ф., Морозов С. М. Словарь-справочник по психодиагностике. - СПб.: Питер, 2004. — 520 с.
- 3 Гуревич К. М., Горбачёва Е. И. Проблемы развития современной психологической диагностики// Вопросы психологии.- 2006.- №5. с. 14-22
- 4 Немов Р. С. Психология: Учеб. для студентов высш. Пед. учеб. заведений:  
В 3 кн. - Кн. 3: Психодиагностика. Введение в научное психологическое исследование с элементами математической статистики.-М.: Гуманит. Изд. центр ВЛАДОС, 1998. — 632 с.
- 5 Носе И. Н. Введение в технологию психодиагностики.- М.: Изд-во Института Психотерапии, 2003. — 251 с.
- 6 Психологические тесты. В 2 т./ Под ред. А. А. Карелина.- М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2007.-Т.1. — 312 с.
- 7 Щербина В.В. Управление человеческими ресурсами: менеджмент и консультирование / М.: Независимый институт гражданского общества, 2004. - 520 стр.