**Задание:**

**Законспектировать лекцию, подготовить пересказ.**

**Деловое общение**

В социально-психологической литературе обычно используется понятие «деловое общение», направленное на обеспечение переговоров, ведения совещаний и официальной переписки, на высокую эффективность публичных выступлений. В конкретной профессиональной области деловое общение имеет свою специфику и называется профессиональным, а иногда служебным, должностным, уставным.  
   *Деловое общение –*это вид общения, который является нормативно одобренным, жестко регламентированным и функционирующим в какой-либо сфере для решения определенных задач.

Деловое общение в данном случае является родовым понятием по отношению к служебному. Оно может проявляться как в служебной, так и во внеслужебной обстановке, например, «встреча без галстуков». Что касается профессионального общения, то оно означает, не только степень квалификации владения им, но и соблюдения профессионально-этических стандартов.  
   Деловому общению присущ ряд признаков, в частности, оно:  
   – строго целенаправленно;  
   – регламентировано нормативными документами (положениями, приказами, уставами);  
   – носит функционально-ролевой характер, обусловленный необходимостью соблюдения этикета церемоний, процедур, что выражается в определенных правилах «игры», официальной одежде, профессиональной лексике, кастовости, замкнутости, общении в рамках определенных кругов и других элементов;  
   – позиционно оформлено, иерархично, субординационно, что отражается в эффекте «над» и «под», т. е. в отношениях между начальником и подчиненным;  
   – проявляется в определенных формах общения, стиле;  
   – атрибутивно (проходит в специальных помещениях, пространственно оформлено, предполагает соответствующую среду, мебель, оргтехнику, освещение), что создает оптимальную с точки зрения психологии обстановку.  
   В основе делового, как и всякого другого, вида общения лежит процесс передачи и приема сообщений. В качестве единицы делового общения выступает психологический контакт – акт коммуникации с обратной связью.  
   Общение, в ходе которого клиент доверяет специалисту свои мысли о важных событиях, чувства, раскрывая те или иные интимные стороны своего внутреннего мира, называется *доверительным.*Оно определяется значимостью материала, раскрываемого собеседником о себе; отношением степени доверия к партнеру. Доверительное общение без установления психологического контакта невозможно.

Признаками доверительного общения являются: прочность (устойчивость) психологического контакта; отсутствие формального психологического воздействия партнеров по общению и жесткости контроля в его процессе; уверенность партнеров в том, что доверенная ими друг другу информация не будет использована им во вред; готовность поделиться с партнером чем-либо сугубо личным (конфиденциальным), не опасаясь за последствия; искренность партнеров.

*Служебное общение –*это процесс взаимодействия, направленный на развитие и поддержание контактов и доверительных отношений в целях решения служебных задач. В его содержание входят: изучение клиента (восприятие и понимание его индивидуально-психологических особенностей); обмен информацией личностного и делового порядка.  
   В ходе служебного общения часто приходится преодолевать недоверие, негативное отношение или противодействие со стороны партнера. В этой связи необходимо учитывать следующие моменты:

а) цели, задачи, функции, факторы и фазы беседы;

б) приемы установления психологического контакта с собеседником;

в) условия создания и поддержания доверительных отношений с конкретными людьми;

г) проявления различных субъективных позиций и тактик ролевого взаимодействия при решении служебных задач.  
   Основой делового общения специалиста с клиентом является деловая беседа. Беседы в ходе делового общения в отличие от повседневных бесед характеризуются прежде всего своей целенаправленностью.

Обычно выделяют такие фазы деловой беседы, как ее начало, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решений.  
   На эффективность делового общения влияют субъективные факторы, связанные с личностными особенностями; объективные факторы, связанные с индивидуально-психологическими особенностями партнера; ситуативно-обстановочные факторы, обусловленные ситуативными и содержательными аспектами служебного общения (нормальная или экстремальная обстановка, в которой предстоит общаться; первая или неоднократно повторяющаяся беседа; начало общения с обострением или без такового; общая (текущая) или актуальная тема беседы и т. п.).  
   В конечном счете результативность деловой беседы зависит от таких обстоятельств, как личность специалиста (его авторитетность, профессиональная и коммуникативная компетентность); тематика беседы, ее важность и значимость; техника проведения беседы.  
   Тактика проведения деловой беседы включает:  
   – определение ее конкретных целей, задач, плана, места и времени;  
   – создание обстановки доверия (интонация голоса, дистанция – где и как сидят собеседники и т. д.);  
   – умение слушать, задавать вопросы, держать инициативу в своих руках, не уходить за пределы основной тематики.  
   Установление психологического контакта во многом обусловливается личностными особенностями партнеров, в частности авторитетностью, базирующейся на фактах, единстве слов и дела, профессиональной компетентности; коммуникативной грамотностью (умение слушать, войти в положение другого, понять его, задавать вопросы, владеть письменной и устной речью).  
   Нередко для установления психологического контакта и доверительного общения необходимо:  
   – получение и накопление информации о собеседнике (сильных и слабых чертах, целях, стремлениях);  
   – включение собеседника в общение, его согласие на вступление в беседу;  
   – использование различных стимулов (похвала);  
   – преодоление мотивов ухода от психологического контакта (нейтрализация установки собеседника на противодействие, введение в заблуждение и др.).  
   Учет и использование данных обстоятельств при установлении психологического контакта позволяет избежать как смысловых, так и эмоциональных «барьеров».  
   Абстрактного собеседника нет. Беседа проводится с клиентом, находящимся в том или ином психическом состоянии. Поэтому следует также иметь в виду, что в ходе беседы могут наблюдаться:  
   – игнорирование мнения собеседника;  
   – эгоцентрическое выспрашивание – односторонний интерес к информации, связанный с попытками найти у партнера понимание лишь собственных проблем (партнеру остаются неясными цели выспрашивания);  
   – поддакивание (реакция типа «угу», «да») на высказывания партнера;  
   – перефразирование – передача высказанных мыслей или чувств партнера собственными словами;  
   – рефлексия – передача высказанных мыслей или чувств партнера собственными словами с учетом наблюдений за его актуальным состоянием;  
   – вербализация – уточнение мыслей партнера для того, чтобы они стали более понятными;  
   – умаление личности собеседника (например, один из собеседников заявляет другому: «Ты видишь это в неправильном свете»);  
   – ролевая защита личности – сокрытие собственного самочувствия. Между содержанием беседы и формой поведения существует противоречие (например, произносится общая фраза «Я вас понимаю» без расшифровки подробностей и действительного понимания).  
   К числу основных видов делового общения относятся: публичное выступление, деловое совещание, деловые переговоры и т.п.

1. **Публичное выступление.**Публичное выступление является одним из видов делового общения, в основе которого лежат правила и принципы построения речи и ораторского мастерства.  
      **Публичное выступление –**передача специалистом информации широкой аудитории.  
      Публичное выступление – это основной психологический способ формирования общественного мнения. Задача выступающего не сводится только к изложению некоторого объема информации. Оратор должен, как правило, отстаивать свою точку зрения, склонять других к ее принятию, убеждать других в ее правоте и т.д.  
      Структура доклада должна состоять из **выступления, основной части и заключения.**
2. **Деловое совещание**является определенным видом делового общения. Оно представляет собой вид управленческой деятельности, при котором определенное количество участников собирается в заранее оговоренном месте в назначенное время для обсуждения и принятия решения по заранее поставленным вопросам.  
      **Деловое совещание –**форма организованного, целенаправленного взаимодействия группы заинтересованных лиц посредством обмена мнениями для выработки и принятия решения.
3. **Деловые переговоры.**Проведение деловых переговоров предполагает знание правил их подготовки, нормативно-законодательных актов и других документов, которые регламентируют переговорный процесс, соблюдение протокола, принятого на официальных встречах.  
      Деловые переговоры по любым вопросам подразумевают последовательность выполнения трех этапов.  
      ***1 этап – подготовительный.***Данный этап начинается с того момента, когда по договоренности вторая сторона принимает предложение о проведении деловых переговоров. От того, насколько тщательно будут подготовлены переговоры, зависит не только их результат, но и сам процесс: будут ли переговоры длительными конфликтными или они пройдут быстро, без срывов.  
      Подготовка переговоров включает две основные стадии:  
      • решение организационных вопросов (определение времени деловых переговоров; выбор места проведения деловых переговоров; формирование количественного и качественного состава делегаций (сбор и обработка информации);  
      • проработка основного содержания деловых переговоров (постановка проблемы; определение интересов сторон; выработка общего подхода к деловым переговорам; составление необходимых документов и материалов).  
      ***2 этап – основной.***На этом этапе осуществляется непосредственное проведение деловых переговоров. Главное правило, которого должны придерживаться участники переговорного процесса, – четкое разграничение существа проблемы и отношений сторон.  
      Основной этап деловых переговоров состоит из трех последовательных стадий.  
      1) взаимное уточнение интересов, концепций и позиций участников;  
      2) обсуждение выдвинутых положений;  
      3) согласование позиций и выработка договоренности по каждому вопросу.  
      ***3 этап – заключительный.***Данный этап завершает переговорный процесс и включает решение следующих организационных вопросов: *выбор типа принимаемого решения (компромисс, нахождение в ходе переговоров нового решения; асимметричное решение );подписание уставных документов; анализ результатов; контроль над действиями участников деловых переговоров.*  
      Методы реализации переговорного процесса.  
      5) Жесткий подход.  
      6) Позиционный торг.  
      7) Мягкий подход.  
      8) Принципиальные переговоры.
4. **Дискуссия в деловом общении.**  
      Деловое общение, проходящее в любой форме (деловая беседа, совещание, переговоры), может включать такую форму группового принятия решений, как дискуссия .  
      **Дискуссия –**обсуждение какого-либо спорного вопроса, исследование проблемы, в котором каждая сторона, оппонируя мнению собеседника, аргументирует свою позицию и претендует на достижение цели.  
      Дискуссия предполагает общение на основе доводов и аргументов с целью найти истину путем всестороннего сопоставления различных мнений.  
      **Спор**представляет собой одну из основных форм делового общения, в рамках которой уточняются позиции противоборствующих сторон, вырабатывается оптимальное решение проблемы.  
      Спор может возникнуть в различных формах делового общения: в деловой беседе, на деловом совещании, в процессе деловой дискуссии и т.д.  
      Спор – процесс, в рамках которого происходит сопоставление точек зрения, позиций участвующих в нем сторон, при этом каждая из них стремится аргументировано утвердить свое понимание обсуждаемых вопросов и опровергнуть доводы другой стороны.  
      Характеристики спора:  
      1) Цель спора (поиск истины, для убеждения оппонента, для одержания победы, спор ради спора).  
      2) Значимость проблемы спора.  
      3) Количество участников (спор-монолог, спор-диалог, спор-полилог).  
      4) Форма проведения спора (устная, письменная).  
      5) Форма организации спора (организованный спор, неорганизованный спор).  
      Основными участниками спора являются пропонент и оппонент.  
      **Пропонент –**лицо, которое выдвигает и отстаивает некоторый тезис, идею, мнение, позицию.  
      **Оппонент –**лицо, оспаривающее выдвинутый тезис, выступающее против какой-либо позиции, возражающее против чьего-либо мнения.  
      Процесс спора имеет две основные характеристики:  
      1. Доказательность – это логическое воздействие на оппонента принудительностью рассуждения.  
      2. Убедительность – это психологическое воздействие на оппонента, направленное на восприятие им той или иной идеи. Одним из видов спора является **полемика,**в которой присутствуют состязательность, борьба, определенная степень воинственности и враждебности.  
      **Полемика –**вид спора, в рамках которого основные усилия сторон направлены на утверждение (победу) своей позиции относительно обсуждаемого предмета.  
      Важным элементом в деловом общении, включая дискуссию, споры и полемику, является аргументация, которая направлена на обоснование позиции одного человека с целью последующего ее понимания и принятия другим человеком.  
      Аргументы, чтобы они были убедительными, должны отвечать следующим требованиям: *истинность, автономность, непротиворечивость, достаточность.*  
      Аргументы различаются по степени воздействия на человека: *сильные, слабые, несостоятельные.*  
      Виды аргументации:  
      1. Доказательство (прямое доказательство, косвенное доказательство, доказательство от противного, доказательство методом исключения).  
      2. Опровержение (установление ложности следствия, критика аргументов, критика демонстрации).  
      Важным элементом делового общения является постановка проблем, которые, как правило, позволяют активизировать участников общения и направит процесс передачи информации в необходимом направлении.
5. **Проблема –**логическая форма в идее словесного общения, требующая ответа.  
      Проблема, как правило, опирается на определенную систему знаний и включает следующие составляющие:  
      1) Базис – это предпосылка вопроса или исходная информация, на основе которой формулируется вопрос.  
      2) Указание на недостаточность информации.  
      3) Указание на необходимость дополнения и расширения знаний.  
      Проблемы, которые ставятся в ходе делового общения: в процессе беседы, дискуссии, публичного выступления, совещания и т.д., могут быть разделены на множество видов: *открытые (восполняющие); закрытые (уточняющие); простые (элементарные); сложные; корректные; некорректные; острые; риторические; переломные; вопросы для обдумывания; зеркальные; контрвопросы; вопросы для ориентации;альтернативные; суггестивные; гипотетические; обходные; информационные; контрольные; подтверждающие; ознакомительные; встречные; заключающие.*  
      Каждая проблема предполагает ответ.  
      **Ответ –**это высказывание, содержащее недостающую в вопросе информацию.  
      Основные виды ответов: *правильный (ошибочный); по существу; не по существу; позитивный; негативный; краткий; развернутый; действительный; возможный.*  
      В ходе делового общения всегда присутствуют различного рода критические замечания, выпады, приемы, связанные с их эффективным отражением или нейтрализации.  
      Замечания и доводы участников делового общения не следует воспринимать как раздражающий фактор, наоборот, как правило, они облегчают общение, ведут к конструктивному диалогу, а также означают, что участники активно слушают, следят за выступлением, тщательно проверяют аргументацию и все обдумывают.  
      Разновидности замечаний: *объективные; субъективные, желание проявить себя; невысказанные; ироничные; стремление к получению информации; общее сопротивление; для оттягивания решения проблемы; последняя попытка.*  
      В ходе делового общения большая роль отводится слушанию. Процесс слушания включает возможность сосредоточиться на речи собеседника, способность выделить из его сообщения идеи, мысли, эмоции, отношение говорящего, умение понять своего партнера. Как показали исследования, умение выслушать собеседника спокойно и целенаправленно, вникнуть в сущность того, что говорится, обладают не более 10% людей.  
      **Слушание –**процесс восприятия, осмысления и понимания речи говорящего.  
      Виды слушания: рефлексивное (активное), нерефлексивное (пассивное), эмпатическое.  
      Слушание состоит из трех этапов, к которым относится поддержка, уяснение, комментирование.  
      Деловое общение специалиста подразумевает не только двусторонний обмен информацией при визуальном контакте с клиентом, но и необходимость организации межличностного общения на любом расстоянии. В этом случае целесообразно использовать телефонную связь, которая дает возможность оперативно решать большое количество вопросов, экономя при этом время и средства.
6. **Телефонный разговор –**контактное по времени, но дистанционное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общения социального работника с клиентами.  
      Типы телефонных разговоров: *наведение справок, ведение переговоров, передача для выполнения различных заказов и заявок; проведение консультаций; передача распоряжений и приказов; приглашение или организация договоренности о встрече; передача информации; получение различных информационных услуг; поздравления; поддержание контактов.*  
      В зависимости от отношений абонентов и ситуации различаются телефонные разговоры: *официальные (деловые); неофициальные (частные).*
7. Деловая переписка представляет собой одну из важнейших форм реализации деловых отношений. Специалисты подсчитали, что на ведение деловой переписки (составление и работу с письмами) у некоторых работников аппарата управления тратится 20-50% рабочего времени.  
      **Деловое письмо –**документ, применяемый для связи, передачи информации на расстояние между двумя корреспондентами, которые могут быть как юридически, так и физическими лицами.  
      Классификация деловых писем:  
      • тематика (деловые письма, коммерческие письма);  
      • функциональность (письма-ответы, инициативные письма);  
      • адресность (обычные деловые письма, циркулярные письма);  
      • форма отправления (традиционное почтовое сообщение, электронная деловая корреспонденция, отправление с использованием факсимильной связи);  
      • структурированность (регламентированные (стандартные, нерегламентированные (нестандартные));  
      • композиционность (одноаспектные, многоаспектные).  
      **Делопроизводственное обеспечение**– это, во-первых, совокупность документов организационно-распорядительного, информационно-справочного и учетного характера и, во-вторых, их создание (или получение извне), обработка и организация движения по всем уровням управления вплоть до передачи в другие подразделения.  
      Часть делопроизводства, непосредственно связанная с созданием названных документов в соответствии с установленными требованиями, называется *документированием.*Вопросы движения и учета документов (получение, обработка, регистрация, контроль исполнения, текущее хранение, отправка) охватываются понятием *документооборот.*Деятельность по организации долговременного хранения документов (экспертиза ценности документов, оформление дел, передача в архив, архивное хранение) относят к *архивному делу.*  
      *Основными делопроизводственными функциями*являются:  
      – своевременная обработка поступающей документации;  
      – регистрация, учет и текущее хранение документов;  
      – разработка, согласование, печатание документов по кадровым вопросам;  
      – доведение документации до соответствующих работников для исполнения;  
      – контроль за исполнением требований документов;  
      – размножение документов по кадровым вопросам и др.
8. В процессе делового общения достаточно важное значение играет организация передачи сообщения в электронном виде, подготовленном на персональном компьютере. Такой процесс передачи сообщения получил название электронной почты (е – mail – сокращенное название «electronic mail»).  
      **Электронная почта –**форма передачи электронных документов на расстояние.  
      С электронной почты началось создание Internet, и она пока остается самым популярным видом передачи информации в электронном виде.  
      **Internet –**глобальная компьютерная сеть, объединяющая ПК отдельных пользователей и локальные вычислительные сети.  
      В процессе профессиональной деятельности у специалиста возникает необходимость выступления перед радио – или телевизионной аудиторией. Это могут быть чтение лекций, публичное выступление, участие в пресс-конференции, интервью для радио или телевидения, чтение официального заявления в прочее. Радио или телевидение – вещательные средства массовой информации, достаточно важные для внешних и внутриорганизационных коммуникаций и делового общения.  
      Требования, предъявляемые к радио– и телевизионному выступлению.  
      • Разговорность (оптимальное использование лексики, четкая структуризация выступления, информационная точность, построение драматургии выступления).  
      • Диалогизация (вопросно-ответный прием, прямое и косвенное обращение к собеседнику, эмоциональная оценка факта события).  
      • Интимизация (использование неправильного порядка слов в предложении, риторические вопросы, высказывания с вводными словами и предложениями).  
      • Удобство звукового воспроизводства и слухового восприятия (модуляция речи, громкость голосового тона, скорость речи, окраска звучания голоса, дикция, ритмичность речи).
9. **Телеконференция –**одновременное подключение нескольких абонентов друг к другу с возможностью одновременного участия в разговоре.
10. **Интерактивное общение –**форма диалога; двусторонний обмен информацией между партнерами, который предполагает немедленные ответные действия.  
       В процессе делового общения зачастую возникает необходимость участия в радио или телевизионном интервью.
11. **Интервью –**беседа журналиста с каким-либо лицом или группой лиц, представляющим общественный интерес и предназначенная для передачи в средствах массовой информации.  
       Радио– и телевизионное интервью, как правило, проходит в прямом эфире и продолжается 15-20 мин. В течение этого времени в присутствии интервьюера, телеоператора и других работников телестудии надо свободно высказать свою позицию.  
       Виды радио– и телевизионного интервью: интервью-расспрос, интервью-обмен информациями, интервью-портрет.