**Введение**

Деловые отношения - 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. Обязательным условием в процессе деловых отношений является общение людей.

Деловые отношение тесно связаны с общением, взаимодействием производственной деятельности - это самый массовый вид социального общения. Оно представляет собой сферу коммерческих и административно-пра­вовых, экономико-правовых и дипломатических отношений.

Новые экономические и социальные условия побудили к ком­мерческой и организаторской деятельности широкие массы населе­ния. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимость повыше­ния лингвистической компетентности лиц, вступающих в социально-правовые отношения, руководящих действиями людей. Лингвистичес­кая компетентность становится в рыночных условиях непременным компонентом общепрофессиональной подготовки менеджеров, муни­ципальных служащих, референтов, руководителей всех уровней.

Деловое общение сегодня проникает во все сферы общественной жизни. В коммерческие, деловые отношения вступают предприятия всех форм собственности, частные лица. Компетентность в сфере де­лового общения непосредственно связана с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Что касается менеджеров, предпринимателей, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления, то коммуникативная компетентность для представителей этих профессий представляет важнейшую часть их профессионального облика.

По характеру и содержанию отношения бывают формальные (деловые) и неформальные. Деловое отношения – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

В целом деловое общение отличается от обыденного (неформального) тем, что в его процессе ставятся цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения. В деловом общении мы не можем прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). Деловое общение можно условно разделить на прямое и косвенное. Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное, в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы.

 **1. Понятие делового общения.**

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.

Известны "писаные" и "неписаные" нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция - формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность. Современный отечественный служебный этикет имеет интернациональные признаки, потому что его основы фактически были заложены в 1720 году "Генеральным регламентом" Петра I, в котором были заимствованы зарубежные идеи.

 Деловой этикет включает в себя две группы правил:

* нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
* наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых "формул", позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, "здравствуйте", "будьте добры", "разрешите принести извинения", "счастлив познакомиться с Вами"). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

* Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
* Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
* Обсуждение интересующей проблемы;
* Решение проблемы.
* Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

 **2. Виды делового общения.**

По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение.

Устные виды делового общения, в свою очередь, разделяются на монологические и диалогические.

К монологическим видам относятся:

* Приветственная речь;
* Торговая речь (реклама);
* Информационная речь;
* Доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды:

* Деловой разговор - кратковременный контакт, преимущественно на одну тему.
* Деловая беседа - продолжительный обмен сведениями, точками зрения, часто сопровождающийся принятием решений.
* Переговоры - обсуждение с целью заключения соглашения по какому - либо вопросу.
* Интервью - разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.
* Дискуссия;
* Совещание (собрание);
* Пресс-конференция.
* Контактный деловой разговор - непосредственный, "живой" диалог.
* Телефонный разговор (дистантный), исключающий невербальную коммуникацию.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации.

Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения.

Письменные виды делового общения - это многочисленные служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и объяснительная записка, акт, заявление, договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

* Материальное - обмен предметами и продуктами деятельности;
* Когнитивное - обмен знаниями;
* Мотивационное - обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;
* Деятельностное - обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения возможно деление на такие четыре вида:

* Непосредственное - осуществляемое с помощью естественных органов, данных живому существу: руки, голова, туловище, голосовые связки и т.д.;
* Опосредованное - связанное с использованием специальных средств и орудий;
* Прямое - предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения;
* Косвенное - осуществляется через посредников, которыми могут выступать другие люди.

 **3. Структура и функции общения.**

К структуре общения можно подойти по-разному, в данном случае будет охарактеризована структура путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями).

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Употребление этих терминов условно, иногда в аналогичном смысле употребляют и другие: в общении выделяют три функции - информационно-коммуникативная, регуляционно-коммуникативная, аффективно-коммуникативная.

  **3.1.  Коммуникативная функция общения.**

Во время акта общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами – субъектами общения. Следовательно, имеет место обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена.

В условиях человеческой коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры. Они носят социальный или психологический характер.

Социальные барьеры создаются из-за отсутствия единого понимания ситуации общения,вызванной глубиннымиразличиями,существующими между партнереми(социальными,политическими,религиозными,профессиональными и пр.).Барьеры психологического характера возникают вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними психологических отношений.

***БАРЬЕРЫ ОБЩЕНИЯ:***

*1.Языковой барьер:*

-жаргон;

-неоднозначность выражения;

-путанное и многословное изложение;

-использование малоизвестных слов.

*2.Психологический барьер:*

-жизненные проблемы(мысленно не с нами);

-нет настроения;

-страх;

-застенчивость;

-агрессия;

-сопротивление контакту;

-давно известно;

-слишком поздно учится;

-разница в статусе.

*3.Неблагоприятная окружающая обстановка:*

-шум;

-жара или холод;

-теснота;

-внешнее вторжение;

-ограничение по времени.

*4.Привычка к осуждению и преждевременной оценке:*

-склонность к огульной критике;

-оценка личности;

-беапелляционное диагностирование;

-склонность к категоричному восхвалению или оценке.

*5.Использование коммуникации для проявления доминирования:*

-склонность к приказам;

-морализирование;

-неуместные вопросы,назойливое внимание;

-навязывание советов.

*6.Игнорирование интересов другой стороны:*

-отвлечение людей от удовлетворения их интересов ради развлечения(бесполезность информации для выполнения задания,реализации целей и задач);

-неубедительность доводов,неспособность продемонстрировать связь между своей информацией и интересами получателя информации.

Сама по себе исходящая от коммуникатора информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба – рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (сообщение – имеет место в различных образовательных системах).

Для передачи любая информация должна быть соответствующим образом закодирована, т.е. она возможна лишь посредством использования знаковых систем. Самое простое деление средств коммуникации – на вербальные и невербальные, использующие разные знаковые системы.

**Вербальная коммуникация.**

Использует в качестве таковой человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации посредством речи менее всего теряется смысл сообщения.

Модель вербального коммуникативного процесса включает 5 элементов:

·        КТО? (передает сообщение)               – Коммуникатор

·        ЧТО? (передается)                               – Сообщение (текст)

·        КАК? (осуществляется передача)      – Канал

# ·        КОМУ? (направлено сообщение)      –  Аудитория

·        С КАКИМ ЭФФЕКТОМ?                 –  Эффективность.

Можно выделить три позиции коммуникатора во время коммуникативного процесса:

·        открытая (открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения);

·        отстраненная (держится, подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения);

·        закрытая (умалчивает о своей точке зрения, скрывает ее).

В современной коммуникации принято выделять 3 вида речевых актов, в зависимости от ожидаемой реакции адресата: вопросы, побуждения и сообщения.

Если со стороны собеседника не предполагается никакой реакции, кроме "принятия к сведению" информации, то высказывание принадлежит к классу сообщения. Они должны формулироваться ясно, кратко, быть правдивыми.

Если ожидаемой реакцией на реплику является какое-то действие вне рамок диалога, то говорящий побуждает речью. Особенностью деловых взаимоотношений является то, что приказы, распоряжения отдаются вежливым тоном. Лучше использовать такой вид побуждения, как просьба, совет.

Высказывание, направленное на то, чтобы получить ответ (вербальную реакцию), относится к классу вопросов. В зависимости от установки говорящего различают собственно вопросы (спрашивающий сам не знает правильного ответа) и т.н. "учительские" вопросы (говорящий хочет проверить адресата речи).

Любое утверждение, особенно категорическое, вызывает дух противоречия. Если придать сообщению форму вопроса, то можно смягчить, нейтрализовать протест собеседника. Вопросная форма снижает вероятность спора, конфликта в служебном общении.

Вопросы позволяют деловому человеку направить процесс передачи информации в нужное русло, перехватить и удержать инициативу, активизировать слушателя. На основе этих функций выделяют 5 типов вопросов:

1.   "Закрытые" - это вопросы, на которые можно ответить "да" или "нет". Доверие собеседника можно завоевать, задавая в начале контакта вопросы, требующие утверждения "да". "Закрытые" вопросы лишают другого высказать свое мнение, им нельзя злоупотреблять.

2.   "Открытые" вопросы требуют какого-либо объяснения, задаются для получения дополнительных сведений, выяснения реальных мотивов. Они начинаются словами "Что, кто, как, сколько, почему, каково ваше мнение ..."

3.   Риторические не требуют ответа, их цель - вызвать новые вопросы, указать на нерешенные проблемы, обеспечить поддержку позиции говорящего путем молчаливого одобрения.

4.   Вопросы для обдумывания вынуждают размышлять, комментировать сказанное, вносить поправки в изложенное.

5.   Переломные вопросы удерживают беседу в строго установленном направлении или поднимают новые проблемы, переключают на другое.

**Невербальная коммуникация.**

Установлено, что в процессе взаимодействия людей 60-80% коммуникации осуществляется путем применения невербальных выражений. Они развиваются как общественные знаки коммуникации, хотя некоторые элементы, составляющие их, врожденны. Жесты и мимика, позы наделены семантико-экспрессивной окраской, подчиняются этическим нормам. В условиях служебного взаимодействия тональность невербального поведения должна оставаться нейтральной. Чрезмерная жестикуляция при деловом разговоре может быть расценена как проявление фамильярности.

Невербальные выражения делятся на четыре группы:

1.   Экстра- и паралингвистические - различные околоречевые добавки, придающие общению определенную смысловую окраску:  тип речи, интонирование, паузы, смех, покашливание и т.д.

2.   Оптико-кинетические - это то, что человек "прочитывает" на расстоянии:  жесты, мимика, пантомимика.

Жест – это движение рук или кистей рук, они классифицируются на основе функций, которые выполняют:

·        коммуникативные (заменяющие речь)

·        описательные (их смысл понятен только при словах)

·        жесты, выражающие отношение к людям, состояние человека.

Одни жесты являются произвольными (ритмические, указательные и т. п.), другие - обусловлены импульсами подсознания.

Мимика – это движение мышц лица.

Владение мимикой, умение передавать эмоции (радость, гнев, удивление, отвращение, страх, грусть ...) является профессиональным требованием для менеджеров, политиков, педагогов, всех, работающих с людьми. Считается, что наиболее экспрессивны - рот, губы.

Пантомимика (кинесика) – совокупность жестов, мимики и положения тела в пространстве (позы).

3.   Проксимика - организация пространства и времени коммуникативного процесса)

Выделяют четыре основные дистанции общения:

·        интимная - от 0 до 0,5 метра. На ней общаются люди, связанные, как правило, близкими доверительными отношениями. Информация передается тихим и спокойным голосом. Многое передается с помощью жестов, взглядов, мимики.

·        Межличностная - от 0,5 до 1,2 метра. На ней осуществляется общение между друзьями.

·        Официально-деловая или социальная - от 1,2 до 3,7 метра. Используется для делового общения, причем, чем больше расстояние между партнерами, тем более официальны их отношения.

·        Публичная - более 3,7 метров. Характеризуется выступлением перед аудиторией. При таком общении человек должен следить за речью, за правильностью построения фраз.

4.   Визуальный контакт - визуалика, или контакт глаз. Установлено, что обычно общающиеся смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд.

С помощью глаз мы получаем самые точные и открытые сигналы, поэтому во время делового разговора важно контролировать выражение глаз, встречаться взглядом с коммуникантом не менее 60 - 70% времени контакта. Взгляд рекомендуется направлять на воображаемый треугольник на лбу собеседника и не отпускать ниже его глаз.

В физиологических исследованиях подмечено, что, когда человек доволен, радостно возбужден, его зрачки расширяются в 4 раза по сравнению с нормальным состоянием, и наоборот. По этому признаку можно точно узнать реакцию на услышанное.

Понимание невербального языка позволяет точно определить замыслы, позицию собеседника.

 **3.2.  Интерактивная и перцептивная функции общения.**

Интерактивная функция - это характеристика тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Есть два типа взаимодействий – кооперация и конкуренция.Человек вступает во взаимодействие с другими людьми, руководясь следующими мотивами:

-максимизация общего выйгрыша(мотив кооперации);

-максимизация собственного выйгрыша(индивидуализм);

-максимизация относительного выйгрыша(конкуренция);

-максимизация выйгрыша другого(альтруизм);

-минимизация выйгрыша другого(агрессия);

-минимизация различий в выйгрышах(оавенство).

При интерактивном взаимодействии партнеров различают:сотрудничество,противоборство,уклонение от взаимодействия,однонаправленное содействие,контрастное взаимодействие,компромиссное взаимодействие.

-Сотрудничество-общение,при котором оба партнера по взаимодействию содействуют друг другу,активно способствуя достижению индивидуальных и общих целей совместной деятельности.

-Противоборство-общение,при котором партнеры противодействуют друг другу и препятствуют достижению индивидуальных целей.

-Уклонение от взаимодействия-партнеры стараются избегать активного сотрудничества.

-Однонаправленное содействие-один из партнеров способствует достижению целей другого,а второй уклоняется от сотрудничества.

-Контрастное взаимодействие-один из партнеров старается содействовать другому,который,однако,активно противодействует ему.

-Компромиссное взаимодействие- оба партнера отчасти содействуют,отчасти противодействуют друг другу.

Кооперативное взаимодействие означает Координацию сил участников. Кооперация является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой.

Одной из наиболее ярких форм конкуренции является конфликт.

## Перцептивная функция общения - это процесс восприятия и понимания людьми друг друга.

 Человек осознает себя через другого посредством определенных механизмов перцепции,к которым относятся:

1)познание и понимание людьми друг друга(идентификация,стереотипизация,эмпатия,аттракция);

2)познание самого себя в процессе общения(рефлексия);

3)прогнозированние поведения партнера по общению(каузальная атрибуция).

*Идентификация*-это способ познания другого человека,при еотором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению.

*Стереотипизация*-это восприятие партнера на основе некоего стереотипа,т.е прежде всего как представителя определенной социальной группы.

*Эмпатия*-это эмоциональное сопереживание другому человеку.Она основана на умении правильно представить себе,что происходит в душе дркгого человека,что он переживает,как оценивает окружающий мир.

*Аттракция*(привлечение)-форма познания другого человека,основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему.В данном случае понимание партнера по общению врзникает благодаря формированию привязанности к нему,дружескому или более глубокому интимно-личностному отношению.

*Рефлексия*-это механизм самопознания в прцессе общения,в основе которого лежит способность человека представлять,как он воспринимается партнером по общению.

*Казуальная атрибуция*-механизм интерпретации поступков и чувств другого человека(стремление к выяснению причин поведения субъекта).

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

  **4. Заключение**

Исходя из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что овладение навыками делового общения является необходимым для будущих деловых людей: менеджеров, экономистов и других. Это не просто, как кажется, но и не сложно. Эти навыки в будущем могут сыграть важную роль при заключении сделки или подписании контракта. Поэтому я считаю, что нам всем еще предстоит многому научиться, чтобы в будущем не теряться в нашей профессиональной деятельности

  **5. Список использованной литературы:**

1.А.Я.Кибанов,Д.К.Захаров,В.Г.Коновалова;Москва ИНФРА 2009;

Этика Деловых Отношений.

2.Б.К.Смагулов;Омск-2005;Этика Деловых Отношений.

3.Интернет.<http://www.bestreferat.ru/referat-56024.html>

  **Содержание:**

 **стр.**

Введение 3

1.Понятие делового общения 4-5

2.Виды делового общения 5-6

3.Структура и функции общения 6

3.1Коммуникативная функция 6-10

3.2Интерактивная и перцептивная функции общения 11-12

4.Заключение 13

5.Список используемой литературы 14