ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕДЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

ЛЕКЦИЯ 1. ТЕМА 1. ПОНЯТИЕ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Сущность и понятие коммуникации, деловой коммуникации

Коммуникация в научном понимании представляет собой процесс обмена информацией между субъектами, предполагающий не только передачу сообщения, но и его интерпретацию, а также формирование общего смыслового поля. В социальной психологии и теории коммуникации коммуникация рассматривается как многоуровневое явление, включающее когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты. Базовыми элементами коммуникативного акта выступают: источник (отправитель), сообщение, канал передачи, получатель и обратная связь. Существенное значение имеет также контекст, определяющий смысловую нагрузку и эффективность взаимодействия.

Деловая коммуникация является специализированной формой коммуникации, реализуемой в профессиональной среде и ориентированной на достижение конкретных организационных или экономических целей. Её отличительными характеристиками выступают: целеполагание, регламентированность, функциональность, ориентация на результат, соблюдение этических и правовых норм профессионального взаимодействия. В отличие от бытовой коммуникации, деловая предполагает высокую степень формализации, использование профессиональной терминологии, соблюдение субординации и корпоративных стандартов. С точки зрения организационной психологии, деловая коммуникация выполняет ряд функций: информационную (передача данных), регулятивную (координация действий), мотивационную (стимулирование к выполнению задач), социально-психологическую (формирование командного взаимодействия) и контрольную (обеспечение обратной связи и оценки результатов).

Виды деловой коммуникации

Классификация видов деловой коммуникации строится на основе различных критериев, отражающих специфику профессионального взаимодействия:

- **По способу контакта:** контактное и дистантное взаимодействие. Контактная коммуникация реализуется при непосредственном присутствии участников (очные встречи, переговоры, совещания). Дистантная коммуникация осуществляется с использованием технических средств (телефонные переговоры, видеоконференции, электронная почта, мессенджеры). В современных условиях гибридные формы коммуникации становятся доминирующими, сочетая преимущества обоих подходов.
- **По степени опосредованности:** непосредственное и опосредованное взаимодействие. Непосредственная коммуникация характеризуется прямым обменом информацией без промежуточных звеньев. Опосредованная коммуникация предполагает наличие посредников (секретари, кураторы, автоматизированные системы маршрутизации сообщений).
- **По форме передачи информации:** устная и письменная коммуникация. Устная форма включает переговоры, презентации, брифинги, телефонные разговоры. Письменная форма охватывает деловую переписку, отчёты, протоколы, договоры, внутренние регламенты. Выбор формы определяется срочностью, значимостью, юридической силой и необходимостью фиксации информации.
- **По масштабу взаимодействия:** межличностная и публичная коммуникация. Межличностная коммуникация реализуется в формате «один на один» или в малых группах (консультации, наставничество, индивидуальные обсуждения). Публичная коммуникация направлена на широкую аудиторию (выступления на конференциях, корпоративные собрания, пресс-релизы).

Каждый вид коммуникации обладает специфическими особенностями, определяющими выбор стратегий и тактик взаимодействия, а также требования к подготовке участников.

Система основных регуляторов делового общения

Эффективность деловой коммуникации обеспечивается системой регуляторов, задающих рамки и стандарты профессионального взаимодействия:

- **Нормативно-правовые регуляторы:** включают законодательство, регулирующее отдельные аспекты деловой коммуникации (например, требования к оформлению документов, защите персональных данных, правилам ведения переговоров). К ним относятся федеральные законы, подзаконные акты, отраслевые стандарты, локальные нормативные акты организаций.
- **Корпоративные регуляторы:** внутренние документы организации (кодексы корпоративной этики, регламенты взаимодействия, должностные инструкции), определяющие правила поведения сотрудников, порядок согласования решений, стандарты обслуживания клиентов.
- **Этические регуляторы:** нормы профессиональной этики, принципы добросовестности, уважения к партнёрам, конфиденциальности, недопустимости дискриминации и конфликта интересов. Этические стандарты формируют репутационный капитал организации и доверие со стороны контрагентов.
- **Процессуальные регуляторы:** алгоритмы и процедуры взаимодействия (порядок согласования документов, регламент проведения совещаний, правила эскалации вопросов), обеспечивающие предсказуемость и прозрачность деловых процессов.
- **Культурно-коммуникативные регуляторы:** традиции, нормы и ценности, сложившиеся в профессиональной среде, включая особенности делового этикета, принятые формы обращения, ритуалы установления и поддержания деловых отношений.

Взаимодействие этих регуляторов формирует устойчивую систему управления коммуникациями в организации, снижая риски недопонимания и конфликтов.

Деловой имидж, вербальная и невербальная коммуникация

Деловой имидж представляет собой целостный образ профессионала или организации, формируемый в сознании партнёров, клиентов и коллег. Он складывается из совокупности визуальных, поведенческих и коммуникативных характеристик, транслирующих компетентность, надёжность и соответствие ожиданиям деловой среды. Формирование делового имиджа осуществляется через управление вербальными и невербальными сигналами.

Вербальная коммуникация включает использование языка как основного инструмента передачи информации. К ключевым аспектам вербальной коммуникации в деловой среде относятся: точность формулировок, ясность изложения, соблюдение норм деловой речи, уместность терминологии, структурированность сообщения. Особое значение имеет умение адаптировать стиль речи под аудиторию (клиенты, коллеги, руководство), а также владение техниками аргументации и управления дискуссией.

Невербальная коммуникация дополняет и усиливает вербальное сообщение, передавая эмоциональные и смысловые оттенки. К основным каналам невербальной коммуникации относятся:

- **Кинесика:** жесты, мимика, позы, движения тела. В деловой среде предпочтительны открытые позы, умеренная жестикуляция, нейтральная мимика, соответствующая контексту.

- **Паралингвистика:** интонация, темп речи, громкость, паузы. Эти параметры влияют на восприятие убедительности и уверенности говорящего.
- **Проксемика:** организация пространства общения (дистанция между собеседниками, расположение за столом, планировка переговорной комнаты). Соблюдение комфортной дистанции способствует снижению напряжённости.
- **Хронемика:** отношение ко времени (пунктуальность, распределение времени на этапы обсуждения, соблюдение регламента). В деловой культуре пунктуальность рассматривается как показатель уважения к партнёру.
- **Внешний вид:** деловой стиль одежды, аккуратность, соответствие корпоративному дресс-коду. Визуальный образ формирует первое впечатление и влияет на восприятие статуса и компетентности.

Эффективное сочетание вербальных и невербальных компонентов позволяет достигать поставленных коммуникативных целей и укреплять профессиональные отношения.