# Межличностные и организационные коммуникации, понятие, преграды, их характеристика

Межличностные коммуникации - это коммуникации, протекающие между людьми.

Организационные коммуникации - это коммуникации, протекающие внутри организации между ее сотрудниками.

Межличностные коммуникации могут быть как между сотрудниками одной фирмы, так и между сотрудниками различных фирм, например, фирм-партнеров.

Организационные  коммуникации  затрагивают  только  одну конкретную фирму и включают в себя часть межличностных коммуникаций, которые возникают между сотрудниками данной фирмы.

В тоже время межличностные коммуникации включают в себя организационные коммуникации.

Таким образов, преграды, возникающие при межличностных и организационных коммуникациях, по своей сути практически ничем не отличаются друг от друга.

Коммуникация считается успешной, если получатель информации понимает её содержание адекватно тому смыслу, который в нее вкладывает отправитель, т. е. Менеджер. В противном случае имеет место безуспешная коммуникация.

Факторы, уменьшающие возможности успешной коммуникации, называются коммуникационными барьерами (преградами).

Различают коммуникационные барьеры макро — и микроуровня.

Макробарьеры коммуникаций препятствуют успешной коммуникации в целом.

К таким барьерам относятся:

перегрузка информационных сетей и искажение информации;

потребность во всё более сложной информации;

интернационализация деловых контактов и возрастание роли иностранных языков и т.п.

Микробарьеры коммуникаций препятствуют успешной коммуникации в конкретных узких сферах. К ним относятся:

отношение источника (отправителя) информации к получателю (адресату);

отношение адресата к источнику информации;

восприятие получателем информации многозначных слов;

отсутствие обратной связи.

Все преграды, возникающие в процессе межличностных и организационных  коммуникаций также можно представить в виде схемы.

Затрудняют коммуникации также предвзятые представления людей, отвергающие новые идеи в силу их новизны, кажущейся с первого взгляда сомнительной или в силу устойчивого мнения, порожденного определенными условиями (стереотипы).

В результате искажается восприятие сообщения, замедляется и искажается процесс обратной связи, снижается результативность данного сообщения.

Эффективность    коммуникаций   различна.  Данные    зарубежных   исследований    показывают,   что результативность     горизонтальных     связей     достигает    90 %, вертикальных    -    20-25 %,    (т. е.    такое    количество    исходящей    от дирекции     информации    доходит    до    рабочих    и    правильно    понимается    ими).    Другими   словами,    исполнители    способны реализовать    свои   функции,    располагая    лишь   пятой    частью предназначенной     им    информации.

Недостаточную    эффективность   вертикальных   как   восходящих,   так   и нисходящих    коммуникаций   подтверждают   данные   о   том,   что ближайший   начальник   рабочих   (бригадир),   покидая   кабинет   первого руководителя    предприятия,   выносит    только   30%    информации,    а управляющий    цехом   -   около   40%.   Коммуникации    снизу    вверх   ещё более   неэффективны,   так   как   до   начальства   доходит   не   более 10% информации. Это убедительно свидетельствует о существующих неиспользованных  резервах    в   организации    коммуникаций,   возможностях их   качественного   улучшения.

Успех    коммуникационных    процессов    органически    связан    с    нормами     этического    поведения,    как    со   стороны    получателя,    так    и со    стороны    отправителя     информации.

Также   особую    роль     в     эффективности    коммуникаций    играет построение    сообщений.      Необходимо    соблюдать    при      построении сообщения     такую     последовательность:   от    внимания   к   интересу,    от интереса    к    основным    положениям,    от     них   -   к    возражениям    и вопросам,    далее    к    заключению    и    призыву    к    действию.

Чтобы      избежать     ситуации     быть     непонятым    собеседником,     следует     стремиться   к   простоте  сообщения,  использовать  словарный состав         повседневной       речи        даже       при        общении    с    образованным    и    проницательным      человеком.     Одновременно            надо     учитывать,     что     доверие     к     себе     можно     подорвать,     если привести      только      один      ложный      или      искаженный      факт      из ста,     хотя      99      могут      соответствовать      действительности.

Российские        менеджеры        выделяют        десять     заповедей     успешной   коммуникации.

Перед      коммуникацией     четко     определите    идеи,     вкладываемые     в      послание.

Проанализируйте   истинную   цель   каждой   коммуникации.

Проанализируйте    всё    физическое    и    человеческое    окружение       при   любой   коммуникации.

Проконсультируйтесь     с      другими     при     планировании коммуникации.

Обратите   самое    пристальное    внимание    на    интонацию    и    основное   содержание  сообщения.

Воспользуйтесь     возможностями,      когда    они     представляются,    включить     в     сообщение     нечто     полезное    и    ценное    для    его получателя.

Постоянно      держите     в     поле     зрения     то,     как       срабатывает коммуникация.

Устанавливайте      коммуникацию      не     только      на      сегодня,      но      и  на  завтра.

Добивайтесь,      чтобы      дела      установки      не      противоречили      словам.

Учитесь   умению   слушать   другого.

Следует отметить, что неудовлетворительное состояние внутриорганизационных    коммуникаций   чревато серьезными последствиями, в  частности,  психологического  характера и для администрации, и для рядовых работников. Опыт выдающихся менеджеров, практика функционирования     преуспевающих     компаний     свидетельствует   о   том,  что   эффективное    управление    невозможно   без   отлаженных коммуникаций.     Принятие      решений,     инновационная      политика, создание     благоприятного     психологического    климата,   стимулирование людей - всё    это      требует   детальной    информации.   И     когда   её         нет,     когда      воцаряется      информационный      хаос,      организации   грозит крах.

При подготовке этой работы были использованы материалы с сайта http://www.studentu.ru