

Основни етапи на общуването в организацията

Публикувано от **Simonsita** на 17.02.2010

Основни етапи на общуването в организацията

Комуникацията е общуване. Взаимовръзка между социални и междуличностни отношения — те са взаимно обусловени и свързани чрез общуването. Три основни страни на процесите на общуване:

1. Информационна — предаване, приемане, съхраняване на информацията. При информационния процес се губи определено количество информация от източника до получателя. Загубата ѝ влияе върху ефективността на управлението на организацията. Къде се губи информацията? Информационният процес по природа се осъществява така, че води до загуба на голямо количество информация. Лещовиден модел — информацията се предава чрез опосредстващи звена (посредници/медиатори). Ако медиатор е светлината и светлинната вълна, могат да възникнат проблеми по ясното разпознаване на обекта. На равнище на близкия стимул също има възможност за грешки. Важни са и: различните организации на рецепторите, нервно-динамичната система (материалния носител, който пренася информацията —> от характеристиките ѝ зависи адекватността на получената информация). Също: конструктивни процеси (мин опит). Крайната степен е превръщането на далечния стимул във факт на съзнанието.

2. Интерактивна комуникация — процес на взаимодействие — обмен на действия, постъпки, поведенчески актове. Има взаимодействие (сътрудничество) и противодействие (конкурентност, съперничество). При взаимодействието също се губи количество информация поради самата същност на интеракцията. Принцип на когнитивна консистентност: при нашата съвместна дейност ние се стремим по принцип нашите когниции да бъдат непротиворечиви на нашите постъпки и действия. Ако 2 лица се привличат, то те са в единство. Отношенията между хората не могат да бъдат номинални.

3. Перцептивна страна на общуването: не само се обменя информация между общуващите, но те се и възприемат взаимно като личности. Налице е социална перцепция (термин, въведен от Брунер). Губи се изключително голямо количество информация, много по-голямо от 1. и 2. Освен че действат механизми, валидни за първите две страни, при социалната перцепция се включва

действието и на още 2 специфични процеса: категоризация и стереотипизация. Процесът на категоризация е процес на решаване на проблеми и задачи — къде да отнесем възприетия от нас обект. Така веднъж отнесен към някоя категория социалният обект попива характеристиките на категорията. => губим голямо количество информация за този обект. Прекаленото уповаване на процесите на категоризация се нарича стереотипизация или възприетия по стереотип. Така възприема индивидът с по-ниска култура и по-малко опит, по-ниско образование. При социалната перцепция възприемаме не само постъпките на човека, с когото общуваме, но се мъчим да определим какво стои зад тези постъпки — мотивите, интересите му. Питаме се и за причините на нашето поведение — защо реагираме по един или друг начин на поведението на хората. Даваме си отговор — приписване на причинността — процес на атрибуция. Погрешното приписване на причинността на свой ред води до дефицит в общуването, загуба на информация.

Комуникативното взаимодействие — психологически механизми и ефекти

Съществуват някои механизми и ефекти, които опосредстват комуникацията в организацията. В зависимост от това доколко мениджърът познава тези ефекти, комуникацията може да бъде ефективна или неефективна.

Фундаментална атрибутивна грешка — свързана е с погрешно приписване на причинността. Има отношение към взаимодействието между фигурата и фона — обща енергия на полето. Този феномен може да се разкрие на социално равнище, при взаимодействието между хората и при приписването на причинността. Определение: тенденция да приписваме причинността на субекта вместо на средата, на актьора вместо на стимула. Ако отразим приноса на актьора спрямо стимула, то следва деперсонализация.

Друг ефект, влияещ върху загубата на информацията — ефект на първенството. Описан е най-напред от американския психолог Аш: две групи изследвани лица — дава им 15 прилагателни имена и те трябва да опишат лицето на този, който е носител на тези качества. Порядъкът е различен: интелигентен... критичен... завистлив и завистлив... критичен... интелигентен.

Първата група описва това лице в по-благоприятна светлина. Извод: съществува тенденция първоначално получената информация да оформя когнитивна рамка, през която преминава всяка последваща информация. По-детайлно действие на този ефект: най-значима е първоначалната информация, получена за непознат човек; най-значима е последната информация, получена за познат човек.

Ефект на ореола: свързан с въздействието на първоначалната информация — ако за даден обект субектът е получил първоначална положителна информация, този субект и впоследствие селектира информация, получена за същия субект като приема само положителната информация за него и отстранява отрицателната. Впоследствие продължава да се натрупва само положителна информация и тя образува ореол около възприемания предмет, който ореол пречи за неговото адекватно възприемане.

Други фактори: свързани със самото съобщение, с дефицита в съдържанието, с неудачния подбор на канали за предаване на съобщенията.

Комуникационна страхливост: свързана с тревожността да се комуникира пряко с другите. => също

води до дефицит в процеса.