УДК 82.085

С.А. ЯРУШЕВА
Челябинский институт (филиал)
Российского государственного торгово-экономического университета

О ПОНИМАНИИ СОЦИОПСИХОЛОГИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Деловое общение – это специфическая форма взаимодействия людей в решении задач совместной деятельности и включающая в себя обмен информацией, восприятие и понимание другого человека, выработку единой стратегии поведения, характеризующаяся преобразованием профессионального сознания.

Business dialogue is a specific form of interaction between people in problem solution which includes information exchange, perception and understanding of the other person, creations of a single behavioral strategy. This form of interaction is characterized with alteration of professional consciousness.

Изучению проблемы «общения» посвящены работы многих ученых и практиков: Б.Г.Ананьева, А.А.Бодалева, А.А.Леонтьева, Г.М.Андреевой, Ю.Б.Алешиной, Л.А.Петровской, М.С.Кагана, Б.Д.Парыгина, В.А.Кан-Калика и многих других. Общение необходимо рассматривать как социопсихологический механизм, который начинает действовать, когда между людьми наблюдается контакт. Возникновение контакта проявляется в обмене информацией, взаимовлиянии, взаимопереживании и взаимопонимании. Психический контакт характеризует общение как двустороннюю деятельность, предполагающую не только взаимосвязь между людьми, но и сопереживание, взаимный обмен эмоциями. Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с деловым эффектом. Его отличительная черта в том, что оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей.

Б.Д.Парыгин характеризует общение как триединый процесс, включающий в себя коммуникацию, интеракцию и перцепцию. Г.М.Андреева и А.А.Бодалев в структуре общения выделяют следующие компоненты – коммуникативный, интерактивный, перцептивный:

• коммуникация (от лат. communicatio – сообщение) означает, что «в ходе совместной деятельности люди обмениваются между собой различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и прочее. Все это можно рассматривать как информацию, и тогда процесс коммуникации может быть понят как процесс обмена информацией»;

• интеракция – (от англ. interaction – взаимодействие) представляет собой организацию взаимодействия между «общающимися индивидами, то есть в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями»;

• перцепция – (от лат. perceptio – психологическое восприятие) – процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения*.

Профессиональная деятельность включает разнообразные виды общения, зависящие от различных факторов – поставленной цели, ожидаемого результата, условий организации, коммуникативных форм и средств. Специалисты в сфере общения различают пять его видов:

• познавательное – получение дополнительной информации для профессиональной деятельности;

---

* *Андреева Г.М.* Социальная психология. М.: Изд-во МГУ, 1988.

• убеждающее – формирование ценностных ориентаций и установок в правомерности тех или иных стратегий взаимодействия;

• экспрессивное – передача чувства, переживания, психоэмоционального настроя как побуждения к необходимому действию;

• суггестивное – оказание внушающего воздействия на делового партнера для изменения мотивации, ценностных ориентаций и установок, поведения и отношения;

• ритуальное – закрепление и поддержание сформированных отношений в деловом мире; сохранение ритуальных традиций фирмы, создание новых.

Деловое общение строится на социопсихологических базисных навыках:

1) знание другого человека и доверие к нему – навыки самораскрытия, самоосознания, самопринятия и доверия, позволяющие через принятие и осознание своего «Я» передать партнеру свои чувства и реакции;

2) понимание друг друга – навыки правильно и ясно сообщать мысли и чувства в общении;

3) влияние и помощь друг другу – навыки поддержки и влияния, проявляющиеся в умении помочь другому человеку, а также использовать подкрепление и моделирование, чтобы повлиять на поведение партнера.

Большое значение в формировании навыков делового общения отводится психологическому механизму восприятия и понимания друг друга деловыми партнерами. Глубокое и объективное понимание партнера – его актуального эмоционального состояния, намерений, его отношений к обсуждаемой проблеме, происходит на основе идентификации, эмпатии и рефлексии:

• идентификация – отождествление, уподобление себя другому человеку, определение и понимание действий партнера;

• эмпатия – способность эмоционально воспринимать другого человека, проникнуть в его внутренний мир, принять его со всеми его мыслями и чувствами;

• рефлексия – процесс осознания человеком того, как он воспринимается партнером по общению, способность к анализу самого себя.

Социопсихологический механизм делового общения функционирует на основе взаимодействия субъектов. Это взаимодействие связано:

• с одной стороны, с познанием партнеров эффективности своей профессиональной деятельности;

• с другой, с познания информации, которая передается одним партнером другому;

• с третьей, с обращения партнеров к самим себе, к своему профессиональному потенциалу, к своей памяти, своему пониманию предмета делового общения;

• с четвертой, с обращением партнеров к себе, к своей мыслительной деятельности, основанной на самоанализе, самоконтроле и самокоррекции деятельности личности.

Понимание социопсихологического механизма делового общения создает для человека условия получения личностного опыта и тем самым облегчает развитие профессионального самосознания.

Процесс развития профессионального самосознания можно охарактеризовать как внутреннюю активность человека по качественному преобразованию себя как личности и как специалиста, самоизменению. Особенности развития профессионального самосознания заключаются в формировании динамической системы представлений человека о самом себе, включающей три структурных элемента:

• когнитивный – уточнение, конкретизация и расширение системы знаний о себе, своего «Я-образа» как личности и профессионала;

• аффективный – выработка позитивного самоотношения, адекватное оценивание своих возможностей и потенциалов;

• поведенческий – закрепление собственной «Я» – концепции в конкретных ситуациях взаимодействия в деловом общении, отработка навыков эффективной саморегуляции.