

Любчик Татьяна Владимировна

учитель английского языка

Государственное бюджетное образовательное учреждение города Москвы

средняя общеобразовательная школа № 2088

г. Москва

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Деловая коммуникация в настоящий момент является очень перспективным научно-практическим направлением междисциплинарного, комплексного плана. Совершенно очевидно, что в настоящее время без знаний и навыков коммуникативной компетентности трудно обходиться в современном мире.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека (Краткий психологический словарь.- М.,85). Из определения общения вытекает, что это сложный процесс, в который входят три составляющие:

- Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми;
- Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между индивидами;
- Перцептивная сторона означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания¹.

Таким образом, можно говорить об общении как организации совместной деятельности и взаимоотношении включенных в нее людей.

¹ Айви А.Е. Лицом к лицу. Практическое пособие для освоения приемов и навыков делового общения. Пер. с англ., Новосибирск, 1995

Цели общения отражают потребности совместной деятельности людей. Деловое общение почти всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей. Общение выступает как межличностное взаимодействие, т.е. связи и влияние, которые складываются в результате совместной деятельности людей. Выделяют следующие виды взаимодействия:

- Групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация),
- Конкуренция (соперничество),
- Конфликт

Для того чтобы общение было эффективным, диалогическим, необходимо соблюдать следующие условия:

- 1) равенство психологических позиций социальных субъектов независимо от их социального статуса;
- 2) равенство в признании активной коммуникативной роли друг друга;
- 3) равенство в психологической взаимоподдержке.

Спецификой взаимодействия является то, что каждый его участник сохраняет свою автономию и может обеспечивать саморегуляцию своих коммуникативных действий².

Р.Бейлз объединил наблюдаемые образцы взаимодействия в четыре глобальных категории, которые фиксируют форму взаимодействия:

Области взаимодействия	Основные поведенческие проявления
Позитивные эмоции	Выражение солидарности Снятие напряжения Выражение согласия

² Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебное пособие. М., 1998

Решение проблем	Предложения, указания Выражение мнений Выдача ориентаций
Постановка проблем	Просьбы об информации Просьбы высказать мнение Просьбы об указаниях
Негативные эмоции	Выражение несогласия Создание напряженности демонстрация антагонизма

Существует несколько теорий, объясняющих межличностное взаимодействие. К ним относятся: теория обмена, символический интеракционизм, теория управления впечатлениями, психоаналитическая теория. Согласно *теории обмена* (Дж.Хоманс), каждый из нас стремится уравновесить вознаграждение и затраты, чтобы сделать наше взаимодействие устойчивым и приятным и при этом в основе лежит свой

прежний опыт. В основе теории лежат четыре принципа:

1. Чем больше вознаграждается определенный тип поведения, тем чаще он будет повторяться;
2. Если вознаграждение за определенный тип поведения зависит от условий, то человек будет стремиться их воссоздать;
3. Если вознаграждение велико, то человек готов затратить больше усилий для его получения;
4. Когда потребности человека близки к насыщению, он в меньшей мере готов прилагать усилия для их удовлетворения³.

С помощью данной теории могут быть описаны сложные виды взаимодействий: отношения власти, переговорный процесс. Эта теория

³ Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2001

рассматривает социальное взаимодействие как сложную систему обменов, обусловленных способами уравнивания вознаграждений и затрат.

Высокие вознаграждения могут приводить в потере активности.

Символический интеракционизм (Дж. Мид и Г.Блумер) согласно этой теории поведение людей по отношению друг к другу и к предметам окружающего мира определяется значениями, которые они им придают.

Дж.Мид выделил два типа действий:

1. Незначимый жест (автоматический рефлекс типа моргания)
2. Значимый жест (связан с осмыслением поступков и намерений другого человека).

Когда мы приписываем значение чему-то, оно становится символом, т.е. понятием, действием или предметом, выражающим смысл другого понятия, действия или предмета. Интерпретация символа является основой для ответной реакции. Благодаря этому люди учатся одинаково интерпретировать значение определенных символов. Центральной идеей данной концепции является то, что личность формируется во взаимодействии с другими личностями. К недостаткам данной теории можно отнести придание слишком большого значения символическим аспектам взаимодействий.

Управление впечатлениями (Э.Гофман). Согласно этой теории социальные ситуации взаимодействия подобны драматическим спектаклям, в которых актеры стремятся создавать и поддерживать благоприятные впечатления. Люди ведут себя подобно актерам на сцене, используя «декорации» и «окружающую обстановку» для создания определенного впечатления о себе и других.

Чтобы учесть содержательный момент взаимодействия, рассмотрим его как организацию совместной деятельности. Л.И.Уманский выделил три возможные формы организации совместной деятельности:

1. Каждый участник делает свою часть общей работы независимо от другого;
2. Общая задача выполняется последовательно каждым участником;
3. Одновременное взаимодействие каждого участника со всеми остальными.

Здесь прослеживается связь взаимоотношений участников взаимодействия. Это тип взаимодействия (сотрудничество или соперничество) и степень выраженности взаимодействия (успешное или менее успешное сотрудничество).

В данной работе мы рассмотрели коммуникацию как форму деятельности, осуществляемую людьми, которая проявляется в обмене информацией, взаимовлиянии, взаимопереживании и взаимопонимании партнеров. Она характеризует общение как двухстороннюю деятельность людей, предполагающую взаимосвязь между ними, сопереживание и обмен эмоциями. Коммуникация может решать разные задачи: обмен информацией, выражение отношения людей друг к другу, взаимное влияние, сострадание и взаимное понимание. Такая многофункциональность общения позволяет выделить следующие аспекты коммуникации:

- информационный, при котором общение рассматривается как вид личностной коммуникации, осуществляющей обмен информацией между коммуникантами;
- интерактивный, где общение анализируется как взаимодействие индивидов в процессе их кооперации;
 - гносеологический, когда человек выступает как субъект и объект социокультурного познания;
 - аксиологический, предполагающий изучение общения как процесса обмена ценностями;
 - нормативный, выявляющий место и роль общения в процессе нормативного регулирования поведения индивидов, а также процесс передачи и

закрепления стереотипов поведения;

- семиотический, в котором общение выступает как специфическая знаковая система и как посредник в функционировании различных знаковых систем;

- практический, где процесс общения рассматривается в качестве обмена результатами деятельности, способностями, умениями и навыками.

Вступая в общение, то есть, взаимодействуя друг с другом, люди обычно преследуют конкретные цели. К основным целям коммуникации обычно относятся:

- обмен и передача информации;
- формирование умений и навыков для успешной социокультурной деятельности;
- формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом;
- обмен деятельностью, инновационными приемами, средствами, технологиями;
- изменение мотивации поведения;
- обмен эмоциями.

Содержательный характер взаимодействия людей определяется предметом их общения. На основе этого критерия различают такие виды общения, как межличностное, деловое, профессиональное, научное, политическое, информационное, межкультурное и т.д. Соответственно способы взаимодействия зависят непосредственно от целей, которые преследуются при общении, от особенностей его организации, эмоционального настроя партнеров, уровня их культуры.

Поэтому самая удачно составленная речь, призванная побудить адресата к какому-то нужному для отправителя информации действию, может привести к провалу коммуникации при неудачном использовании или плохом контроле невербальных и паравербальных средств.

Список литературы:

1. Аверченко Л.К. Имидж и личностный рост. – Новосибирск, 1999.
2. Айслер-Мертц К. Язык жестов. – М., 2001.
3. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М., 1997.
4. Атватер И. Я Вас слушаю. – М., 1984.
5. Беркли-Ален М. Забытое искусство слушать. – СПб., 1997.
6. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – Л., 1992.
7. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. – М., 1988.
8. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и ТВ. – М., 1991.
9. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб., 1996.
10. Бройнинг Г. Руководство по ведению переговоров. Рекомендации для успешного проведения переговоров. – М., 1996.
11. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. – СПб., 1998.
12. Вилсон Г., Макклаффлин К. Язык жестов – путь к успеху. – СПб., 1999.
13. Гаулстон Н., Голдберг Ф. Психологические ловушки. – СПб., 1996.
14. Громова Л.А., Алексеев А.А. Психогеометрия для менеджеров. – СПб., 1991.
15. Доти Дороти И. Паблисити и Паблик Рилейшнз. – М., 1998.
16. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М., 1997.
17. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. – СПб., 1997.