

УДК 658:331.1:177.72

Ангелов Г.В.

доктор философских наук, профессор

E-mail: angelovgeorgij@gmail.com

Дмитрашко С. А.

кандидат политических наук, ст. преподаватель

кафедра социологии, философии и права

Одесская национальная академия пищевых технологий

ул. Канатная, 112, г. Одесса, Украина, 65039

E-mail: lana-dmitrashko@rambler.ru

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ: ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассмотрена специфика делового общения. Определены модели делового общения. Проведен анализ рекомендаций соционики для создания условий эффективной деятельности группы и успешной коммуникации субъектов делового процесса.

Ключевые слова: деловое общение, модели делового общения, менеджер, группа, беседа, соционика, современная деловая коммуникация.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими заданиями. Деловое общение относится к сложной и деликатной сфере человеческой жизнедеятельности. Неумение устанавливать межличностные контакты, неспособность чувствовать психологическое состояние других людей ведут к дискommunikации, к невозможности эффективного и целенаправленного взаимодействия. Формирование коммуникативной компетенции является необходимым навыком современного менеджера, стремящегося стать профессионалом в какой-либо сфере. Политическая трансформация, социально-экономические преобразования, открытое информационное пространство, достижения в электронных средствах информации настоятельно требуют от руководителей принципиально новых путей решения проблем. Это связано как с расширением прав и ответственности организации, так и с необходимостью гибкой адаптации к изменениям в социальной среде, соответственно, усиливается потребность в глубоких профессиональных знаниях и психолого-коммуникативных навыках общения и искусства взаимодействия. Авторы статьи уделили особое внимание вопросам наиболее эффективного овладения современными коммуникационными средствами обмена информацией, формированию условий для эффективного взаимодействия в группах с учетом психолого-аналитических рекомендаций соционики. Актуальность статьи обусловлена тем, что менеджеры нуждаются в знаниях, навыках наиболее полного раскрытия потенциальных возможностей персонала, в соединении науки и искусства управления в единый процесс, требующий не только непрерывного попол-

нения научных знаний, но и развития личностных качеств менеджеров, их способностей мастерски применять знания в практической работе.

Анализ последних публикаций по проблеме. Существует ряд исследователей, которые в той или иной мере рассматривают проблему делового общения и особенностей современной коммуникации. А. Маслоу предложил пирамидальную модель человеческих потребностей, которая позволяет понять психологию управленца, служащего, переговорщика-парламентера, а также выделить необходимые потребности и умения для выполнения этих социальных ролей [3]. Рекомендации практикующего коуча мастерства ведения переговоров Р. Доусона особенно актуальны в условиях взаимодействия глобальных экономических игроков и особенностей ведения национального бизнеса [4]. В. Шапарь [5], С. Грошев [10] исследуют специфику делового общения, описывают модели делового общения, определяют стратегию и тактику делового общения в контексте психологического статуса личности, психофизиологии результативного общения. Представители соционики Г. Стратиевская [8], И. Калинаускас [2] объясняют эффективность деятельности групп особенностями психосоциотипа, что ведет в взаимодополнение, кооперации, поддержке и максимально продуктивной деятельности.

Формулирование целей исследования. Темой данной статьи является изучение социально-психологических, организационно-практических проблем делового общения в многообразии деловых взаимосвязей. Исследование направлено на определение факторов, необходимых для создания оптимальных условий для успешного решения задач,

стоящих перед отдельными сотрудниками и организацией в целом.

Изложение основных результатов и их обоснование. Формирование правил делового общения – явление историческое, имеющее как общепризнанные принципы, так и национальные особенности. К основной заповеди деловых коммуникаций относится равенство партнеров во имя дела, которое согласовано к исполнению. Специфика делового общения заключается в том, что столкновение, взаимодействие, социальное регулирование в любом деле: науке, искусстве, политике, торговле, производстве осуществляется в правовом поле. Результатом коммуникативного взаимодействия и юридического оформления деловых отношений становятся отношения партнеров, то есть отношения, построенные на доверии и взаимном уважении. Другой особенностью делового общения является регламентация, то есть подчиненность национальным культурным традициям и социальным нормам поведения. Так, если встречаются в переговорном процессе европейская и арабская делегации, то нужно учитывать, что в зал переговоров делегации будут входить по-разному. Руководитель европейской делегации войдет первым, тем самым подчеркивая свой официальный статус. Руководитель арабской делегации войдет последним, тем самым подчеркивая свой официальный статус и лидерство. Регламентация делового общения оформляется протоколом – деловым, дипломатическим и существует в виде этикетных требований. Известный философ М. Попович, анализируя процесс коммуникации в дипломатической среде, подчеркивает значимость не только слов, но и словесных жестов в случае, если стороны стремятся показать, как относятся их правительства к определенным проблемам. Во время встречи французского и немецкого послов накануне Первой мировой войны в условиях нагнетания морского конфликта, немецкий посол всячески делал вид, что не понимает, что интересует французского посла. Эта беседа была мало насыщена информацией, но давление на партнеров осуществлялось с помощью словесного жеста – замалчивания, что также являлось способом оценки ситуации немецкой стороной [1, с. 175].

Успех предприятия, успех дела во многом зависят от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, сформировать благоприятное развитие отношений. В практике делового общения существуют модели деловых коммуникаций, реализуемые в зависимости от личных ощущений, интересов, задач и оценки собеседника.

Модель соперничества предполагает негласное или гласное соперничество за преимущества. Стороны настроены враждебно и жестко навязывают свою позицию. Модель соперничества часто приводит к разрыву деловой коммуникации, так как нару-

шается принцип равноправия. В этой модели часто используется умножение своей позиции. И. Калинаукас пишет, что «эта множественность, это постоянное ношение с собой Мы есть необходимая принад-

лежность Концепции ... У нас появляется реальная возможность выяснить ... среди каких людей постоянно пребываете. А от этого зависит, каких людей вы замечаете, каких нет, какие люди пройдут мимо вашего внимания, хотя будут наделены всеми достоинствами...» [2, с. 2].

Модель доминирования предполагает ориентацию на другую сторону как на средство достижения поставленной цели, что приводит к игнорированию интересов другой стороны. Модель доминирования не предполагает обсуждения проблем. Эта модель учитывает интересы другой стороны только, если они совпадают с интересами доминирующей стороны. Если использовать пирамиду потребностей А. Маслоу, то в модели доминирования, третий уровень – уровень социальных потребностей преодолевается, так как доминирующая сторона не испытывает потребности нравиться другим [3, с. 18]. Р. Доусон пишет, что чаще всего такую модель избирают переговорщики-парламентеры, но избегают врачи, которые ориентированы на выстраивание с людьми долговременных отношений [4, с. 322].

Модель партнерства предполагает равноправие партнеров независимо от того, какие цели они ставят в переговорах. В этой модели управляющим фактором являются негласные договоренности о том, что общий знаменатель будет обязательно найден. Мастера нейролингвистического программирования подчеркивают, что успешное деловое общение зависит от следования правилам. К ним относится: во-первых, в беседе не перебивать собеседника, обязательно дать высказаться; во-вторых, общение должно быть, по сути, без повторений; в-третьих, внешний вид должен соответствовать ситуации; в-четвертых, особое внимание следует уделять невербальному общению. Чем больше стороны делового общения будут расположены друг к другу, тем более успешной будет коммуникация. Роль межличностного общения в деловой коммуникации не менее важна, чем в повседневном или светском общении. Завладев вниманием собеседника, легче и продуктивнее доказать ему, что сотрудничество принесет весомые результаты.

Один из выдающихся менеджеров США Ли Якокка утверждал, что «управление представляет собой не что иное, как настраивание людей на труд. Единственный способ настраивать людей на энергичную деятельность – это общение с ними». Построение взаимоотношений – это, возможно, наиболее важный аспект работы руководителя. В. Шапарь справедливо замечает: «Вы можете быть специалистом в своей области, вас могли повысить в должности именно потому, что вы замечательно справлялись с тем, что вам приходилось делать, будучи простым работником. Но все это не означает, что вы можете успешно обучать других тому, что знаете, и тем более управлять людьми» [5, с. 78-79]. Современному менеджеру важно понимать, что существуют факторы, которые влияют на успешность деятельности индивидуумов и групп. Превосходство группы над индивидуумом возможно в случае грамотного разделения

труда, когда член группы выполняет часть работы, в которой способен достичь совершенства; в условиях хорошо организованного взаимодействия между членами группы; в созданном оптимальном режиме совместной деятельности. Социально-психологический аспект деятельности группы важен для деятельности индивидуума, поскольку уровень развития группы определяет насколько разовьются способности человека, насколько будут удовлетворены личностные потребности. Тем не менее, существуют задачи, которые лучше всего разрешаются креативными индивидуумами. Например, в компании Google существует правило, что 20 % рабочего времени сотрудник посвящает креативности, развитию ощущений, самонаблюдению, творческой интеллектуальной деятельности. Считается, что это правило способствует созданию технических и информационных достижений, к которым относится и Gmail. Можно обобщить, что руководитель должен учитывать следующие факторы эффективности деятельности группы и деловой коммуникации: а) нормы, регулирующие групповую деятельность, желательны, но они не должны носить формальный, бюрократический характер; б) нормы, регулирующие личные взаимоотношения в группе, должны препятствовать возникновению конфликтов и способствовать установлению равноправных, положительных личных взаимоотношений.

Соединению людей в группу дает эффект целостности, синергии. В системе появляются новые, эмерджентные свойства, которых нет у ее частей [6, с. 190]. Современному менеджеру рекомендуется обращать внимание на коммуникативные принципы организации группы – подразделения, отдела, кафедры, филиала, ведь эффективность деятельности зависит от ответа на вопрос: как более комфортно протекает взаимодействие людей – при условии сотрудничества подобных типов или противоположных? Наиболее полный ответ можно получить, если обратиться к соционике, которая позволяет провести персональное типирование и определить тип группы, предрасположенность к решению поставленных задач. Соционика подскажет, перед каким психологическим типом работника ставить соответствующие задачи. В условиях необходимости проведения систематического анализа деятельности компании с определением стратегии развития, целесообразно поручить эту деятельность психотипу интуитивного логика – экстраверта. В условиях необходимости создания иерархической системы группы с четко определенными нормами взаимоотношений, целесообразно поручить эту деятельность сенсорному логика – экстраверту [7, с. 248]. Не менее важным фактором коммуникации в группе являются механизмы согласования, кооперации между ее сотрудниками. Правильное распределение ролей в соответствии с типом позволит предотвратить расколы, жесткое соперничество, борьбу за власть, но усилит эффективность деятельности группы. Можно выделить четыре группы людей.

«Аполлон» (интуитивные, эмоционально чувствующие; «Есенин», «Достоевский», «Гексли»,

«Гамлет»). Сила этих людей – в способности убеждать и сотрудничать. Слабость – приверженность к индивидуальному подходу в решении проблем, иногда нежелание идти навстречу. Им присуще умение общаться с людьми и легко находить путь к сердцам окружающих, чего не в состоянии достичь представители других типов. Это практикующие психологи, психотерапевты.

«Прометей» (интуитивные, мыслительно-логические; «Робеспьер», «Бальзак», «Дон-Кихот», «Джек Лондон»). Сила этих людей – в умении рассуждать стратегически и логически. Слабость – усложнять, нетерпимо относиться к некомпетентности. Это ученые, философы, математики.

«Эпиметей» (сенсорно-решающие; «Драйзер», «Горький», «Гюго», «Штирлиц»). Их преимущество – сильное чувство ответственности, они – хребет любой организации. Прекрасно понимают механизмы взаимоотношений «начальник-подчиненный», причем одинаково успешны в обеих ролях. Слабость – жесткость в суждениях, узкий взгляд на правила и инструкции. Это организаторы, администраторы, предприниматели.

«Дионисий» (сенсорно-воспринимающие; «Дюма», «Габен», «Наполеон», «Жуков»). Их преимущество – руководство в чрезвычайных ситуациях, живут по принципу «здесь и сейчас». Слабость – импульсивность, жесткость. Это военные, руководители, актеры [8, с. 406-409].

Кодекс деловых коммуникаций совершенствовался на протяжении человеческой истории. Наиболее распространенной формой делового общения является деловая беседа. Она может быть продолжительной или короткой, непосредственной или с использованием современных достижений, например, конференции в формате вебинара. Современному менеджеру необходимо постоянное совершенствование форм и методов проведения беседы независимо от того, проводится ли она для заслушивания отчета или с целью определения квалификации работника. Беседа позволяет получить сведения, необходимые для принятия решения, поскольку оптимальное решение принимается с учетом всей совокупности обстоятельств. Руководитель на любом участке производства тратит на решение профессиональных вопросов в среднем 20-25 % своего рабочего времени, а на руководство человеческим фактором (совещания, инструкции, беседы, контрольные посещения) – все остальное рабочее время [9, с. 310]. Специалисты по управлению считают, что беседу можно считать экономически эффективной, если она является средством получения (а не выдачи) информации, ее проверки и обмена ею и используется для распределения и закрепления обязанностей при выполнении определенных заданий [10, с. 203]. Доминирующим фактором делового общения являются интересы дела, поэтому в деловом общении должна использоваться качественная информация, на лжи невозможно выстроить долговременные отношения. Конкретные ситуации влияют на приемлемость выбранного метода проведения беседы.

Метод регламентированной беседы, то есть беседы по правилам, хорошо использовать в ситуации, когда необходим незамедлительный ответ без предварительной подготовки. Этот метод основан на использовании перечня вопросов, позволяющих определить профессиональный уровень сотрудника.

Метод целенаправленной беседы с взаимным обменом информацией хорошо использовать в ситуации, когда есть уверенность, что сотрудник готов работать с максимальной отдачей в существующих условиях работы. Этот метод предполагает целенаправленный характер беседы с использованием логической аргументации, разъяснений и деликатной критикой неверных установок собеседника. Использование этого метода позволяет получать основную и дополнительную информацию, поэтому является продуктивным.

Метод свободной беседы используется при приеме на работу, а также позволяет достигать эффективности в ситуациях, связанных с дисциплиной и отношением к работе. Менеджеру, использующему метод свободной беседы, пригодятся навыки эмоционального общения, умение обращать внимание на невербальные сигналы – жесты, микродвижения мышц лица, что позволит установить истинные интересы собеседника. Указанные три метода ведения беседы как формы делового общения позволяют отчетливо подать и воспринять информацию.

В условиях стремительного развития информационного общества невозможно обойти вопрос влияния медиа на деловое общение. Глобализация укрепляет позиции транснациональных корпораций, которые становятся активными игроками и на украинском рынке. Информационный ресурс используется в современной деловой коммуникации, ведь нужно учитывать множество факторов – от набора персонала, логистики до стратегии развития и взаимоотношения с партнерами в условиях национальных культур и особенностей правового регулирования трудовых проблем, защиты прав потребителей, экологических норм. Гигантские размеры приобретает эффективность использования современных технологий и новых форм коммуникаций, например, социальные сети, блогосфера. Технологии воздействуют на человека, его сознание, мотивацию, интересы, поэтому современный менеджер должен быть открыт к реали-

ям информационного общества, использовать его достижения для эффективной деятельности. Удаленные технологии работы позволяют использовать скайп, вебинары для организации делового общения с сотрудниками, работающими в режиме фриланса. Интернет, социальные сети, информационное пространство создают новую ткань современных деловых коммуникаций.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В статье выяснена специфика делового общения, которая проявляется в том, что взаимодействие, социальное регулирование должно осуществляться в правовом поле и должно быть регламентировано национальными традициями и культурными нормами. Проанализированы модели деловых коммуникаций: модель соперничества, модель доминирования, модель партнерства. Использование указанных моделей зависит от интересов, ощущений сторон делового общения и ведет к решению поставленных задач: сотрудничеству или преодолению интересов партнера. Психологические особенности деятельности индивидуумов и взаимодействия в группе являются важным фактором эффективной организации делового процесса. Рекомендации соционики позволяют организовать группы для успешного осуществления поставленных задач, сплотить коллектив, укрепить стержень управленческой иерархии, наладить взаимоотношения в группе, подготовить резерв. Владение знанием интертипных отношений существенно улучшит деловую коммуникацию современного менеджера. Наиболее распространенной формой делового общения является беседа. Правильно организованная, продуманная беседа позволит получить качественную информацию для принятия выверенного решения. Не менее важным является метод свободной беседы, который предполагает развитие эмоционального интеллекта у современного менеджера. В условиях стремительного развития информационного общества будет активно использоваться электронный ресурс для делового общения, как в пределах национальных государств, так и в условиях глобального взаимодействия. Информационные технологии создают новый формат деловых коммуникаций в рамках украинских организаций и транснациональных корпораций, являющихся могущественными участниками мировой экономики.

Литература

1. Попович М. Бути людиною / М. Попович. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 223 с.
2. Калинаускас И. Игры, в которые играет Я / И. Калинаускас. – Рига : Школа Мастера Игры, 2011. – 43 с.
3. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Питер, 2008. – 105 с.
4. Доусон Р. Мастерство общения в любой ситуации / Р. Доусон; пер. с англ. В. Скоробогатова. – Харьков : Книжный Клуб «Клуб Семейного досуга»; Белгород : ООО «Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2011. – 400 с.
5. Шапарь В. Курс практической психологии / В. Б. Шапарь. – Харьков : Книжный Клуб «Клуб Семейного досуга»; Белгород : ООО «Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2009. – 416 с.

6. Ангелов Г. Искусство управления / Г. В. Ангелов, Б. В. Егоров и др. – Одесса : Изд-во КП ОМД, 2011. – 619 с.
7. Стратиевская В. Как сделать, чтобы мы не расставались (соционика) / В. Стратиевская. – М. : Изд. Дом МСП, 1997. – 496 с.
8. Столяренко Л. Д. Психология: Учебник для вузов / Л. Д. Столяренко. – СПб. : Питер, 2008. – 592 с.
9. Ангелов Г. В. Менеджмент: инновационно-стратегические и психолого-этические аспекты / Г. В. Ангелов, В. В. Левчук, С. В. Котлик и др. – Одесса : Астропринт, 2009. – 480 с.
10. Грошев С. 48 психологических приемов и 99 золотых правил, чтобы подобрать ключик к любому человеку / С. Грошев. – Харьков : Книжный Клуб «Клуб Семейного Досуга»; Белгород : ООО «Книжный клуб «Клуб Семейного Досуга», 2012. – 448 с.

Статья поступила 15.05.2016
Статья принята в печать 25.05.2016

Ангелов Г. В.

доктор філософських наук, професор
E-mail: angelovgeorgij@gmail.com

Дмитрашко С. А.,

кандидат політичних наук, ст. викладач
кафедра соціології, філософії та права
Одеська національна академія харчових технологій
вул. Канатна, 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: lana-dmitrashko@rambler.ru

ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянута специфіка ділового спілкування. Ділове спілкування підкорено інтересам справи, успішність якої залежить від дотримання правил правового характеру і правил міжособистісного спілкування. Авторами визначено моделі ділового спілкування. У практиці ділового спілкування існують моделі ділових комунікацій, які актуальні у конкретній ситуації та реалізуються в залежності від інтересів справ. Модель суперництва придатна до боротьби за матеріальні та нематеріальні переваги. Модель домінування використовується в жорстких умовах перемовин. Модель партнерства найбільш орієнтована на рівноправність учасників ділового спілкування і сприяє досягненню ухваленого завдання.

Сучасний менеджмент передбачає ефективну організацію ділового процесу на основі рекомендацій соціоніки. Авторами проаналізовано рекомендації соціоніки щодо створення умов ефективної діяльності групи та успішної комунікації суб'єктів ділового процесу. Рекомендації соціоніки дозволяють структурувати групу задля рішення певних завдань, сприяють створенню позитивної атмосфери в колективі, дозволяють досягати ухвалених рішень з високою результативністю, оскільки враховують уроджені структури психосоціотипів соціону.

У діловому спілкуванні важливою формою комунікації є бесіда. Функціональність бесіди визначається обміном якісною інформацією, можливістю її перевірити та зробити ґрунтовні висновки щодо ділових пропозицій, призначень співробітників. Метод регламентованої бесіди придатний для швидкого визначення професійного рівня співробітника. Метод цілеспрямованої бесіди із взаємним обміном інформацією продуктивний при необхідності вирішувати довгострокові завдання. Метод вільної бесіди використовується у складних ситуаціях і передбачає розвинутий емоційний інтелект.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій впливає на форми ділового спілкування. Нові форми комунікацій – вебінари, блогосфера, соціальні мережі удосконалюють ділову комунікацію як всередині організації, так і створюють нові можливості ділової взаємодії у глобальній спільноті.

Ключові слова: ділове спілкування, моделі ділового спілкування, менеджер, група, бесіда, соціоніка, сучасна ділова комунікація.

Angelov G.

Doctor of Philosophy, Professor
E-mail: angelovgeorgij@gmail.com

Dmytrashko S.

Ph.D. of Political Sciences, Assistant
Department of Sociology, Philosophy and Law
Odessa National Academy of Food Technologies
Kanatna str., 112, Odessa, Ukraine, 65039
E-mail: lana-dmitrashko@rambler.ru

NETWORKING: FEATURES OF MODERN COMMUNICATION

The article clarified the specifics of business communication, which is manifested in the fact that the interaction, social regulation should be carried out in the legal field should be regulated by national traditions and cultural norms. Analyzed model of business communications: a model of competition, dominance model, partnership model. The use of these models depends on the interests, feelings sides of business communication and leads to solving problems: cooperation or overcoming partner interests. Psychological features of activity of individuals and group interaction is an important factor in the efficient organization of business processes. Socionics recommendations allow you to organize groups for the successful implementation of the tasks, to rally the team, strengthen the core of the management hierarchy, to establish relationships in the group, to prepare a reserve. Mastering knowledge intertype relations will greatly improve the business communication of the modern manager. The most common form of business communication is a conversation. Properly organized, sophisticated conversation will provide quality information for decision-calibrated solutions. Equally important is the free conversation method, which involves the development of emotional intelligence in the modern manager. With the rapid development of the information society will be actively used electronic resource for business communication, both within the nation-state, and in terms of global interoperability. Information technology creates a new format of business communication in the framework of Ukrainian organizations and multinational corporations, which are powerful in the global economy.

The article deals with the specifics of business communication. Defined model of business communication. Spend socionics analysis of recommendations for the creation of conditions for effective activities of the group and successful communication subjects of business process.

Keywords: business communication, business communication model, manager, group, chat, socionics, modern business communication.

References

1. Popovych, M. (2011). Buty liudynoiu. Kyievo-Mohylianska akademiia.
2. Kalynauskas, Y. (2011). Yhru v kotorue yhraet Ia. Ryha: Shkola Mastera Yhru
3. Maslou, A. (2008). Motyvatsiia y lychnost. Pyter: SPb.
4. Douson, R. (2011). Masterstvo obshcheniia v liuboi sytuatsii. Kharkov: Knyzhnyi Klub «Klub Semeinoho dosuha».
5. Shapar, V. (2009). Kurs prakticheskoi psikhologii. Knyzhnyi Klub «Klub Semeinoho dosuha».
6. Anhelov, H. V., & Ehorov, B. V. (2011). Yskusstvo upravleniia. Odessa: KP OMD.
7. Stratyevskaia, V. (1997). Kak sdelat, chtobu mu ne rasstavals (sotsiionika). M.: Dom MSP.
8. Stoliarenko, L. D. (2008). Psikhologiya: Uchebnyk dlia vuzov. Pyter: SPb.
9. Anhelov, H. V., Levchuk, V. V., & Kotlyk, S. V. (2009). Odessa: Astroprint.
10. Hroshev, S. (2012). 48 psikhologicheskikh priemov y 99 zolotukh pravyl, chtobu podobrat kliuchyk k liubomu cheloveku. Kharkov: Knyzhnyi Klub «Klub Semeinoho Dosuha».

Received 15 May 2016

Approved 25 May 2016

Available in Internet 29.06.2016