

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.С. ТУРГЕНЕВА»
Социальный факультет
Кафедра методики и технологии социальной педагогики и социальной
работы

РЕФЕРАТ

по дисциплине: «Психолого-педагогическое взаимодействие субъектов
социально-педагогического процесса»

на тему: «Взаимное влияние участников делового общения»

Выполнила: студентка группы 11ППОмн-мз

Богайскова Алиса Вениаминовна

Проверила: к.п.н., доцент

Бондарева Татьяна Владимировна

Орел 2022

Содержание

Введение.....	3
1. Психологическое влияние в процессе делового общения.....	4
2. Стратегия и тактика взаимного влияния участников делового общения.....	7
Заключение.....	10
Список литературы.....	11

Введение

Процесс взаимного влияния участников делового общения является одной из важнейших проблем. Успешная и эффективная коммуникация предполагает построение общения с учетом особенностей личности собеседника, его отношения к говорящему и текущего эмоционального фона.

Деловое общение представляет собой процесс формирования и налаживания коммуникации между собеседниками в процессе их сотрудничества. Основным звеном процесса взаимного влияния участников делового общения являются сами участники этого процесса. Индивидуальные особенности личности оказывают прямое влияние и накладывают отпечаток на дальнейшее выстраивание деловых отношений. Психологически воздействовать на собеседника можно с помощью вербальных и невербальных средств влияния.

Эффективность взаимного влияния в первую очередь зависит от внушаемости личности собеседника. Важно подчеркнуть, что совместная деятельность участников делового общения определяется их объективной взаимозависимостью.

1. Психологическое влияние в процессе делового общения

Деловое общение представляет собой процесс формирования и налаживания коммуникации между собеседниками в процессе их сотрудничества. Суть делового общения заключается во взаимном обмене информацией и знаниями для достижения определенных целей. Деловое общение как раз и отличается от других видов общения тем, что служит средством только лишь для достижения конкретной цели.

В процессе коммуникации собеседники оказывают влияние друг на друга с помощью определенных психологических приемов, благодаря которому происходит психическое воздействие на состояние собеседника (Рис. 1).



Рис. 1. Приемы взаимного влияния в деловом общении

Основным звеном процесса взаимного влияния участников делового общения являются сами участники этого процесса. Эффективность коммуникации в большей степени зависит от взаимной совместимости собеседников в различных аспектах: физиология, психо-физиология,

психология, социальный статус и пр. Психологическая совместимость очень важна при взаимном влиянии участников коммуникации, особенно при слаженной работе в коллективе.

Люди разного склада могут совершенно по-разному проявлять себя в одинаковых ситуациях. Некоторым комфортно находиться в обществе, другим нужно уединение и индивидуальная работа. Как раз и важно учитывать психологическую совместимость для формирования и комфортного общения в деловой среде.

Индивидуальные особенности личности оказывают прямое влияние и накладывают отпечаток на дальнейшее выстраивание деловых отношений (Рис. 2).

ИНТРОВЕРСИЯ	ЭКСТРАВЕРСИЯ
Скромны, застенчивы, склонны к уединению, сдержанны, сближаются только с немногими, медленно устанавливают связи.	Открыты, склонны к вербальному общению, коммуникабельны, напористы, активны, внушаемы, доступны влиянию других лиц.
Такие люди усиливают и уравнивают друг друга, даже на интуитивном уровне интроверт и экстраверт чувствуют себя гораздо лучше в общении друг с другом, но не всегда это осознают.	
МОБИЛЬНОСТЬ	РИГИДНОСТЬ
Динамичны и выразительны, относятся к переменам, как к положительной стороне жизни.	Предпочитают устойчивость и стабильность во всем, основательны, заторможены, воспринимают изменения негативно.
Качества определяются типологическими свойствами человека, его темпераментом. Эти типы мало совместимы в отношениях, жизни, действиях, общение редко бывает эффективным.	
ДОМИНАНТНОСТЬ	НЕДОМИНАНТНОСТЬ
Часто обозначается как гиперактивность, настойчивость и агрессивность. Подобное качество может развиться у человека, который имеет повышенную самооценку.	Проявляют покорность, безволие, уступчивость и отсутствие инициативы при взаимодействии, такой собеседник обычно приспосабливается к партнеру по общению.
Их общение можно обозначить как манипулятивное.	

Рис. 2. Личностные особенности, влияющие на психологическую совместимость участников делового общения

Как видно из рисунка, психологическая совместимость участников делового общения с разными индивидуальными особенностями личности с трудом находят общий язык друг с другом и это важно учитывать для

формирования и комфортного общения. Исключением, пожалуй, являются только экстраверты и интроверты, они могут эффективно взаимодействовать между собой.

В психологическом влиянии участников делового общения выделяют несколько видов:

- Функционально-ролевой – заключается в апелляции к социальной роли собеседника.
- Направленное влияние – учитывается характер личности человека, его ценности, мировоззрение, специфические особенности личности.
- Ненаправленное влияние – охватывает широкую аудиторию, объединенную общими целями. В контексте ненаправленного влияния их личные убеждения, цели, темперамент не учитывается, поскольку нужно охватить как можно больше людей.
- Прямое влияние – открытое, незамаскированное влияние на субъект. Чаще всего реализуется через способ убеждения.
- Косвенное влияние – связано не с собеседником, а с условиями его деятельности.
- Поощрение – стимулирование человека к действиям через обещание награды за успешное его выполнение.
- Принуждение – работает только в случае, когда человек находится в зависимом положении. Собеседник осознает, что за невыполнение требований последуют санкции или наказание.

Каждый из видов влияния зависит от личности собеседника и его готовности выслушать противоположную точку зрения.

2. Стратегия и тактика взаимного влияния участников делового общения

Действия, влияющие на собеседника для достижения определенной цели являются стратегией влияния. Тактика влияния зависит от поставленных целей (Табл. 1).

Таблица 1

Виды тактик влияния

Виды	Определение
Сотрудничество	Оба собеседника способствуют друг другу в достижении индивидуальных и общих целей совместной деятельности
Противоборство	Собеседники противодействуют друг другу в достижении индивидуальных целей, ориентируясь лишь на цели без учета целей партнера
Компромиссное взаимное влияние	Собеседники в чем-то способствуют, а в чем-то противодействуют друг другу
Уклонение от взаимного влияния	Собеседники стараются избегать активного взаимодействия, избегают контактов, идут на риск недостижения собственных целей для того, чтобы сделать невозможным выигрыш другого
Контрастное взаимное влияние	Один из собеседников пытается способствовать другому, а второй прибегает к стратегии активного противодействия первому
Однонаправленное содействие	Один из собеседников приносит в жертву собственные цели и способствует достижению целей другого, уклоняющегося от сотрудничества

Стремление доминировать, подчинять себе других, управлять ситуацией и поведением других в общении обусловлены курсом на контроль.

Курс на понимание в общении предполагает равноправие, осознание ситуации и поведения собеседника, желание избежать конфликта для достижения взаимных целей.

Взаимодействие выбранных курсов в общении позволяет выявить некоторые закономерности, так стремящийся к контролю и избегающий

конфликта придерживаются противоположных стратегий влияния в общении (Табл. 2).

Таблица 2

Стратегии влияния

Стратегия «контролера»	Стратегия «понижателя»
Стремление заставить собеседника принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации. Довольно часто эта стратегия действительно позволяет достичь контроля.	Предполагает адаптацию к собеседнику, желание лучше взаимодействовать.

Из этого можно сделать вывод, что стратегию «контролера» выбирают люди властные, стремящиеся доминировать над собеседником, так называемая «вертикаль власти». А выбор стратегии «понижателя» осуществляют для комфортной горизонтальной коммуникации.

Успешная и эффективная коммуникация предполагает построение общения с учетом особенностей личности собеседника, его отношения к говорящему и текущего эмоционального фона. Психологически воздействовать на собеседника можно с помощью вербальных и невербальных средств влияния (Табл. 3).

Таблица 3

Психологические средства влияния в деловом общении

Вербальные средства	Невербальные средства
Слова. При воздействии словом значение и смысл могут быть разными для разных людей и оказывать самое разное влияние, которое зависит от особенностей характера человека, уровня его самооценки, интеллектуальных способностей, темперамента и других личностных особенностей.	Паралингвистические характеристики речи и язык телодвижений. Эти сигналы могут изменять воздействие произносимых слов, в одних случаях усиливая или ослабляя его, а в других – изменяя их смысл. Вся невербальная информация имеет знаковый характер и влияет на настроение, поведение, степень доверия собеседника.

Большая часть участников коммуникации обдумывает свои слова, но не следит за действиями, а ведь невербальные сигналы человека считаются собеседником в первую очередь.

Инициатор влияния – собеседник, проявляющий инициативу к общению. Адресат влияния – собеседник, который испытывает влияние инициатора общения. Дальнейшая коммуникация может предполагать переход инициативы от одного собеседника к другому, в соответствии с этим собеседники будут меняться ролями.

Деловое общение предполагает постоянное взаимное влияние его участников друг на друга, один из собеседников может являться инициатором и адресатом одновременно.

Заключение

Исходя из вышеизложенного, можно сделать выводы, что успешное взаимное влияние участников очень важно для построения делового общения. Эффективная коммуникация зависит от личностных особенностей собеседника и эмоционального фона.

Участники процесса делового общения являются его основным звеном. На собеседника оказывают воздействие вербальные и невербальные средства влияния, индивидуальные особенности личности также накладывают отпечаток на дальнейшее выстраивание деловых отношений.

Процесс формирования и налаживания деловой коммуникации между собеседниками очень важен для дальнейшего сотрудничества, карьерного роста, повышения квалификации и достижения поставленных целей.

Список литературы

1. Душкина, М.Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях: учебник для вузов / М.Р. Душкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 228 с.
2. Лавриненко В.Н. Психология делового общения: учебник и практикум для вузов / В.Н. Лавриненко [и др.]; под редакцией В.Н. Лавриненко, Л.И. Чернышовой. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 350 с.
3. Свободная энциклопедия Википедия: [Официальный сайт]. – <https://ru.wikipedia.org/>