

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Северный (Арктический) федеральный университет  
имени М.В. Ломоносова»

**И.Ф. Прохорова**

## **ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

*Учебное пособие*

Архангельск



ИПЦ САФУ  
2013

УДК 316.47(075)  
ББК 88.53я73  
П844

*Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом  
Северного (Арктического) федерального университета  
имени М.В. Ломоносова*

*Рецензенты:*

кандидат философских наук, доцент **Ю.А. Сибирцева**;  
кандидат политических наук, доцент **С.И. Рыжков**

**Прохорова, И.Ф.**

П844 Психология делового общения: учебное пособие / И.Ф. Прохорова; Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: ИПЦ САФУ, 2013. – 103 с.  
ISBN 978-5-261-00833-0

В данном пособии рассматриваются структура, особенности, форматы делового общения и деловых отношений; механизм явления, который заключается в воздействии людей друг на друга.

Предназначено для студентов, изучающих курсы «Деловое общение», «Деловые коммуникации», «Психология личного влияния», «Психология предпринимательства», а также для слушателей школ бизнеса, для продавцов и специалистов в области управления.

УДК 316.47(075)  
ББК 88.53я73

ISBN 978-5-261-00833-0

© Прохорова И.Ф., 2013  
© Северный (Арктический)  
федеральный университет  
им. М.В. Ломоносова, 2013



## Оглавление

<b>Введение .....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Понятие делового общения .....</b>	<b>7</b>
Виды, уровни, функции общения .....	8
Отличия делового общения от доверительного (интимного).....	10
Структурные модели общения.....	13
Коммуникация как обмен инфлюативной информацией.....	13
Социальная перцепция как восприятие и интерпретация другого человека .....	18
Взаимодействие как регулирование действий относительно друг друга .....	22
Развитие отношений для успешного взаимодействия.....	26
<b>Глава 2. Воздействие и личное влияние в деловом общении .....</b>	<b>29</b>
Структура социально-психологического воздействия .....	31
Объект воздействия .....	31
Субъект воздействия .....	32
Особенности процесса воздействия.....	34
Средства воздействия .....	35
Классификации видов воздействия .....	37
Убеждение.....	39
Внушение (суггестия).....	41
Самопрезентация как техника личного влияния .....	44
Заражение .....	46
Подражание.....	48
Конформизм.....	49
Манипуляция.....	50
Мотивирование как побуждение к деятельности .....	54
Принуждение.....	57
Конструктивная критика как прием принуждения .....	59
Неконструктивная критика как нападение .....	60
Модели воздействия .....	62
Личное влияние как способность субъекта к воздействию .....	66

<b>Глава 3. Сопротивление воздействию</b> .....	73
Функции сопротивления .....	74
Причины сопротивления в деловом общении и их преодоление .....	75
Виды и формы сопротивления воздействию.....	76
Конфликт как проявление активного сопротивления.....	77
Работа с сопротивлением в форматах делового общения.....	81
Переговоры .....	82
Совещательные мероприятия.....	85
Публичное выступление .....	88
Информационная кампания.....	90
Делегирование .....	92
Командообразование .....	94
Корпоративное мероприятие .....	97
<b>Заключение</b> .....	100
<b>Список рекомендуемой литературы</b> .....	101



## Введение

В жизни любой организации деловое общение между людьми занимает важное место. Делегирование полномочий, мотивирование, проведение совещания, общение с клиентами и поставщиками, корпоративное мероприятие, а также выступление на конференции – все это ситуации делового общения.

Деловое общение отличается от доверительного (или интимного) тем, что хорошие отношения между людьми являются не целью взаимодействия, а условием достижения результата в профессиональной деятельности. В менталитете россиян доверительное и деловое общение часто переплетены: мы ведем себя одинаково и в семье, и на работе, что нередко становится причиной проблем. Осознание особенностей делового общения для начинающего специалиста бывает связано с болью увольнения и разочарованием. Иногда только с возрастом и ошибками приходит к человеку опыт специфики общения в коллективе, с клиентами или с руководителями.

Общение – это, прежде всего, взаимодействие коммуникатора (тот, кто инициировал воздействие) и адресата. Воздействие коммуникатора заключается в информировании и ведет к изменению поведения, установок, состояний и мотивов другого человека. Если адресат испытывает недоверие к коммуникатору, то его негативное отношение не позволит состояться взаимодействию или уменьшит вклад адресата в ожидаемый результат. Проявляя скрытое сопротивление, студенты могут опаздывать на занятия, отвлекаться во время лекции на посторонние дела, игнорировать информацию, не делать домашние задания. При явном сопротивлении они критически воспринимают информацию, высказывают замечания, вступают в конфликт с преподавателем.

Коммуникатору в ответ на сопротивление приходится использовать новые формы работы, изобретать различные приемы привлечения внимания к материалу или вовлечения в действие. Мно-

гое зависит от степени личного влияния коммуникатора, которое заключается в способности оказывать воздействие на других.

В деловом общении любой формат взаимодействия (совещание, мероприятие, публичное выступление) сопровождается преодолением сопротивления других людей. Было бы неправильно оценивать воздействие и сопротивление воздействию исключительно с негативной или, наоборот, с позитивной стороны, поскольку это явление является неотъемлемой чертой человеческой культуры и, в целом, способствует прогрессу человеческого общества.

Данное пособие призвано помочь специалисту осознать феномен делового общения в целостности со всеми его противоречиями. Пособие предлагает теоретические знания для курсов, связанных с темой делового общения. Для успешного запоминания материала в пособии использован прием повторения, поэтому одни и те же важные компоненты содержания рассматриваются с разных точек зрения и в разных темах. Главным способом освоения специфики делового общения было и остается непосредственное взаимодействие учащегося с преподавателем, которое обычно происходит в форме интерактивного обсуждения тем с использованием упражнений, исследований, кейсов, игр.