

Key words: professional self-identity, social and psychological support of the educational process, game method of teaching, project method, training technologies, method of picture, psychological gymnastics. References - 23.

Афанасенко Лариса Анатоліївна - асистент кафедри історії та українознавства Луганського національного аграрного університету

УДК 159.932.2

Афоніна І.Ю.

СТРАТЕГІЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ В ПРОФЕСІЙНО ЗНАЧУЩИХ СИТУАЦІЯХ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ

Стаття присвячена аналізу психологічних аспектів комунікативної поведінки в професійно значущих ситуаціях міжкультурного спілкування. Представлено аналіз емпіричних та теоретичних наукових досліджень з питань комунікативних стратегій поведінки партнерів у сфері ділового міжкультурного спілкування з урахуванням соціально-психологічних, культурологічних і мовних факторів комунікації. Розглянуто об'єктивні критерії сфер соціальної комунікації, типологія макросфер спілкування. Зроблено аналіз наукових досліджень з питань професійного спілкування як спеціального виду соціальної комунікації. Представлено види соціальної комунікації: спеціальна, неспеціальна, міжособистісна, масова та ін. Розглянуто змістовно-предметні характеристики кожної зони комунікації з реалізацією основних функцій ділового спілкування. Представлено аналіз соціально-психологічних поведінкових особливостей комунікативної поведінки представників ділового іносоціуму й конкретної ситуації професійної взаємодії. Джерел - 10.

Ключові слова: комунікація, професійна взаємодія, комунікативні стратегії поведінки, ціннісні орієнтації, спілкування, міжособистісні зв'язки, інтенціональна модель міжособистісної комунікації.

Постановка проблеми. Актуальність теми визначається необхідністю вивчення взаємодії комунікантів у процесі професійного співробітництва, яка припускає наявність в них умінь і навичок вибору адекватної стратегії ведення професійного дискурсу й структурування найбільш типових ситуацій професійної взаємодії (установлення особистих контактів, ведення телефонних розмов, обмін діловою кореспонденцією, проведення презентацій, нарад і зборів, переговорів) з урахуванням соціокультурної специфіки ділового партнера.

Вивчення стратегій комунікативної поведінки представників ділового англосовієтського соціуму, їх соціально-психологічних і культурологічних особливостей сприяють прилученню «носіїв» мови до концептуальної системи, картини світу, ціннісним орієнтирам носіїв іноземної мови, зближенню міжкультурної дистанції між представниками різних соціумів, і в остаточному підсумку, формуванню особистості, що володіє основами ділового міжкультурного спілкування, вихованню її готовності адаптуватися до ділової культури іншого народу, іншому соціокультурному контексту взаємодії й впливу з метою вироблення оптимальної стратегії професійного співробітництва на іноземній мові.

Тому основна проблема дослідження полягає в розробці типології комунікативних стратегій поведінки партнерів у сфері ділового міжкультурного спілкування з обліком соціально-психологічних, культурологічних і мовних факторів комунікації, а також у побудові класифікації фреймів ситуацій професійної міжкультурної взаємодії.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Інтенсивний характер досліджень проблематики спілкування створив різноманітний спектр підходів, точок зору, численних суперечок між дослідниками із приводу визначень концепту «спілкування», яких у вітчизняній літературі налічується кілька десятків, а в закордонній — близько сотні [1]. У 60—70 рр. у центрі уваги психології, семіотики, лінгвістики знаходилося дослідження психологічних і соціальних особливостей спілкування, вивчення й опис прагматичних характеристик комунікативних актів, їх семантична інтерпретація. Спілкування переважно визначається як ділові або дружні взаємини [1], обмін думками за допомогою мовних знаків [4]. І хоча спілкування часто трактується як міжособистісний процес, дослідження механізму спілкування не одержує ще уваги, оскільки інтерес дослідників зосереджений на психологічних характеристиках учасників, особливостях мовної діяльності, правилах мовної поведінки.

У 80 рр. інтерес до комунікативної тематики зміщений у бік аналізу соціальної сутності спілкування й обумовлений необхідністю виявлення закономірностей функціонування суспільства, взаємодії його членів, становлення й розвитку особистості.

В енциклопедичних словниках по філософії, політології, лінгвістиці, а також різних словниках, довідниках по соціології й психології, виданих у 80-90 рр., у якості семантичної домінанти концепту «спілкування» виділяється міжособистісна взаємодія й взаємовплив людей у процесі їх пізнавально-трудової діяльності [4; 5; 6].

У психологічних і соціологічних словниках концепти «спілкування» і «комунікація» розглядаються як пересічні, але різні несинонімічні поняття. Комунікація, як психологічне поняття, використовується:

1. «Для характеристики структури ділових і міжособистісних зв'язків між людьми.

2. Для характеристики обміну інформацією (уявами, ідеями, установками, настроями, почуттями й т.п.) у людськiм спілкуванні взагалі, як його інформаційна сторона» [9, с. 310]. Особливий теоретичний і практичний інтерес представляє вивчення комунікативних бар'єрів на шляху розуміння, які виникають із - за соціально - політичних, моральних, професійних і, додамо, міжкультурних відмінностей.

Спілкування ж розглядається як «... міжособистісна взаємодія людей ... при обміні ... інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру». Тому в числі основних функцій спілкування також виділяються *контактна*, покликана задовольняти потребу людини в контакті з іншими людьми [9, с. 311] і *дієва*, що проявляється в постійнім прагненні людини певним чином впливати на свого партнера [4]. «У будь-яких формах спілкування означає *вплив*, обмін (думками, поглядами, впливами й т.п.), узгодження або потенційний або актуальний конфлікт» [9, с. 312].

Прямо протилежне трактування кореляції концептів «спілкування» і «комунікація» знайшла відбиття в роботах Г.М.Андрєєвій, Г. Йолова, Д. Градева, де в структурі спілкування виділяються комунікація (обмін інформацією), інтеракція (організація взаємодії й впливу), перцепція (почуттєве сприйняття як основа взаєморозуміння) [3].

Тричленна структура спілкування одержала поширення в дослідженнях комунікативних проблем не тільки усередині одного соціуму, однієї культури [4], але й між соціумами, між культурами [1]. Зокрема, В.П.Фурманова визначає «структуру й зміст міжкультурної комунікації як процесу культурної взаємодії на трьох рівнях: комунікативному, інтерактивному й перцептивному. Комунікативний рівень означає реалізацію правил спілкування за допомогою мови, культурних традицій, характерних для тієї або іншої лінгвокультурної спільності, і приводить до взаєморозуміння. На інтерактивному рівні культурна взаємодія — це організація міжособистісного спілкування, заснованого на обліку особистісних характеристик комунікантів. Наслідком даного процесу є взаємовідношення. Перцептивний рівень дозволяє виявити механізм взаємного пізнання й зближення представників різних лінгвокультурних спільностей» [1, с. 86]. Значимість перцептивної сторони спілкування обумовлена соціально-психологічною багатолікістю людини, полягає не тільки в розумінні цілей, мотивів, установок партнера по взаємодії, але й прийнятті, поділі цих мотивів, цілей, установок [3]. Перцептивна готовність особливо важлива в міжкультурній комунікації для адекватного сприйняття представника іншомовної культури.

Мета статті – вивчення навичок установлення й підтримування міжособистісного контакту із представниками інокультурного ділового соціуму, враховуючи його соціокультурні особливості; розкрити здатність реалізації «переконуючих» стратегій в іншомовному діловому спілкуванні, що проявляється в умінні структурувати ситуації ділового спілкування.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Спілкування розглядають як базову категорію всіх психологічних дисциплін, оскільки воно «виступає як самостійна й специфічна форма активності суб'єкта. Її результат — відносини з іншою людиною, з іншими людьми» [8, с. 248]. Спілкування зв'язує людей і переданою інформацією, і практичними діями в праці, побуті і т.д. Спілкування є справжній гуманний зв'язок між людьми як індивідуальностями, особистостями, а комунікація – (технічно здійснюваний) процес масового інформування, що знеособлює, «несправжній» зв'язок між індивідами як носіями соціальних ролей. Комунікація байдужна до системи соціальних відносин, тоді як спілкування безпосереднє від неї залежить. «У комунікації ми маємо справу з односпрямованим процесом, інформація тече тільки в одну сторону. Комунікація може збільшувати кількість інформації в одержувача повідомлення й нічого не міняти у відправника. У спілкуванні інформація циркулює між партнерами, оскільки обоє вони рівно активні й інформація не убуває, а збільшується, збагачується ...у процесі її циркулювання» [7, с. 97]. Таким чином, комунікація в психології розуміється як своєрідний службовий механізм діяльності спілкування (в основному, безпосереднього), що протікає в певній соціальній групі [3].

У літературі неодноразово робилися спроби знайти об'єктивні критерії виділення сфер соціальної комунікації. Зокрема, у якості таких критеріїв розглядаються форми суспільної свідомості (політичне, правове, мораль, мистецтво, філософія, наука, релігія), вид діяльності й суспільних відносинах, оскільки «багатство й складність об'єктивного миру являє собою лише можливість для появи різних форм суспільної свідомості, які виникають тільки на основі конкретної суспільної потреби. Разом з появою певних видів діяльності, відповідних відносин і форм суспільної свідомості виникає й особлива сфера спілкування, формуються засоби й способи мовного спілкування, найбільш доцільні в цих сферах» [4]. Виділення сфер спілкування повинне опиратися на філософську категорію буття і його форм, оскільки саме категорія буття дозволяє "інтегрувати й осмислювати через свідомість і мову відносини, що є системотворчим фактором виділення сфер спілкування [9, с. 311]. Саме цю позицію ми розділяємо при виділенні сфер соціальної комунікації.

І.І. Халєєва розробляє чотиричленну типологію макросфер спілкування, в основі існування яких лежить принцип міжособистісної взаємодії: сфера виробничої (матеріально-практичної) діяльності, сфера побутових відносин (побуту), сфера культурологічної діяльності (процеси художньої й наукової творчості), сфера суспільно-політичної діяльності.

Проведені в останні десятиліття дослідження в області соціальної комунікації допомогли краще зрозуміти й оцінити її роль у сфері матеріально-практичної діяльності, що є основною умовою існування людини й лежачих в основі об'єктивних зв'язків у суспільстві. Тому, імовірно, переважна частина досліджень спілкування присвячена вивченню проблем взаємодії у виробничій, професійно-трудова сфері, де людей поєднує спільна соціально-регламентована діяльність [2; 3; 8; 9].

Різноманітність виробничої діяльності людини обумовлює багатокомпонентність професійної сфери, де кожна область, що входить до її складу, має спеціальний тезаурус, ситуації взаємодії, комунікативні й практичні інтенції й стратегії їх досягнення. Професійне спілкування відносять до спеціальних видів соціальної комунікації, оскільки воно здійснюється завдяки спеціальним знанням, регулюється сукупністю кодифікованих норм, установлених правил, досить чітких і певних, які люди заучують у ході спеціальної підготовки. Нормативні професійні рамки обумовлені цілями, способами, критеріями оцінки, специфічними для кожного окремого виду практичної діяльності.

Виділення спеціальних і неспеціальних видів соціальної комунікації корелює з основними видами інформації (знання) у суспільстві: особистого, спеціального й масового характеру, які В.З. Коган виділяє з опорою на змістовний характер комунікативного обміну [7, с. 24]. Змістовно-предметного критерію дотримується також Б.А.Родіонов, що розрізняє в структурі соціальної комунікації три її основні види: міжособистісну, спеціальну й масову. Спеціальна комунікація носить найчастіше професійний характер, має цінність у межах певної соціальної групи й, як правило, зв'язана зі спеціальними знаннями [1, с. 74].

Аналіз досліджень, присвячених структуризації соціальної комунікації, приводить до висновку, що виділювані види соціальної комунікації (міжособистісна, спеціальна й масова) пронизують усі сфери діяльності й виділяють у кожній сфері відповідні зони дискурсу. Виділення цих зон не означає їхньої ізоляції друг від друга. Зони характеризуються взаємозв'язками й взаємопереходами, екстраполяцією змістовного наповнення однієї зони в іншу, взаємною представленістю одне одному, у результаті чого на деякому етапі їх співіснування в одному відрізку часу простору, у рамках тієї або іншої фази діяльності в одній зоні можуть у більшій або меншій мірі проявлятися характеристики інших зон. Тому виділювані нами зони соціальної комунікації рухливі й динамічні, проявляють постійну тенденцію до переструктурування в ході цілеспрямованої комунікативно-пізнавальної й матеріально-практичної діяльності особистості.

Змістовно-предметні характеристики кожної із зон комунікації корелюють із реалізацією основних функцій ділового спілкування й комунікативною дистанцією між партнерами. У зоні міжособистісного спілкування чим ближче дистанція між комунікантами, тим пунктирніше позначення предмета спілкування. У зоні спеціальної комунікації, у значній мірі детермінованою соціальною дистанцією, здійснюється найбільш точна й чітка характеристика предмета спілкування, оскільки реалізується в першу чергу обмін спеціальною інформацією між професіоналами. У зоні масової комунікації, з більш вилученою дистанцією й прагненням до популяризації предмета повідомлення в численній і не дуже підготовленій аудиторії, вплив здійснюється за допомогою найбільш вираженого й менш точного пред'явлення предмета повідомлення. Таким чином, зона

соціальної комунікації (міжособистісна, спеціальна, масова) визначає ієрархію її основних функцій: у міжособистісній спілкуванні реалізується в першу чергу контактоустановча, у спеціальній комунікації — інформаційна функція, а в масовій комунікації — функція впливу на слухача, читача.

У професійній сфері спеціальна комунікація має вузько специфічний зміст; цінне й релевантне для певної групи фахівців, зацікавлених в інформаційному обміні, міжособистісна комунікація реалізується в ситуаціях ділової соціалізації, масова комунікація пов'язана із презентаціями різного виду.

Варіюючись у зоні спеціальної комунікації (залежно від змістовно-предметної специфіки професії), професійна взаємодія інваріантна при формуванні міжособистісних відносин, тобто спілкування при встановленні й розвитку іншомовних ділових контактів, оскільки визначається загальноприйнятими поведінковими нормами й універсальними комунікативними правилами й принципами культурно-історичного значення [6].

У зоні міжособистісного спілкування комунікативна діяльність спрямована, у першу чергу, на встановлення контактів і формування відносин співробітництва між комунікантами. У зоні спеціальної комунікації текстова діяльність спрямована, у першу чергу, на обмін професійною інформацією, у зоні масової комунікації — на залучення й вплив на широку аудиторію з метою поширення знання, досвіду.

Нерозривний зв'язок і взаємодія міжособистісної й спеціальної комунікації в професійній сфері дозволяють виділити найбільш важливі компоненти комунікативної компетенції в діловому спілкуванні:

1) уміння породжувати й адекватно інтерпретувати інформацію іноземною мовою, тобто здійснювати текстову діяльність;

2) уміння ідентифікувати концептуальну систему партнера по комунікації: знання соціокультурних особливостей іносоціумного партнера, що відбиваються на специфіці структурування їм ділових ситуацій і реалізації їм стратегій і тактик, мовних сигналів взаємодії;

3) уміння ідентифікувати психоповедінкові особливості комунікативної поведінки представників ділового іносоціума й конкретної ситуації професійної взаємодії.

Сучасні соціальні психологи, визнаючи, що комунікація залучена в усі соціальні процеси і явища, виходять при їхньому вивченні переважно із чотирьох комунікативних моделей: «відправник – одержувач», «інтенціональна», «орієнтаційна», «діалогова». У якості критерію виділення цих моделей розглядається різне відношення в них до категорії «зміст». В інформаційній моделі зміст є властивістю повідомлення; в інтенціональній моделі зміст укладений в інтенції мовця; в орієнтаційній моделі зміст у спрямованості повідомлення на адресата, у діалоговій моделі зміст виступає як властивість реалізованої спільної діяльності учасників комунікації [10]. Спробуємо співвіднести ці моделі з виділюваними нами зонами соціальної (і вже – професійної) комунікації, враховуючи, що міждисциплінарність і широкий обсяг поняття «комунікація» вимагають значного звуження фокуса розгляду моделей.

На думку Р.Крауса й С.Фассел, більшою мірою розкриває соціальну природу комунікації й спрямована на реалізацію соціального співробітництва інтенціональна модель міжособистісної комунікації, у якій декодування адресатом змісту повідомлення - тільки крок у процесі розуміння. Головним же є адекватна інтерпретація комунікативної інтенції автора, що стоїть за повідомленням, для чого необхідне розуміння ситуативного контексту.

Аналіз досліджень міжособистісної взаємодії, виконаних у рамках інтенціональної моделі, дозволяє зробити висновок про те, що для адекватної інтерпретації повідомлення, тобто виявлення його інтенції, необхідні загальні знання, поділювані комунікантами, які або ідентифікуються як такі, або створюються комунікантами в процесі спілкування [10]. Виявлення інтенціонального компонента повідомлення й пов'язаної з ним більш загальної практичної мети може бути серйозно утруднене, якщо комуніканти не «взаємоспрямовані» один на одного, не проявляють інтересу й емпатії в процесі спілкування.

Саме адресатна модель міжособистісної комунікації виходить із обов'язкової орієнтації на партнера, обліку його точки зору, яка неминуче й об'єктивно буде відрізнитися через відмінності в його концептуальній системі, тобто його знаннях про світ. Настроєність повідомлення на адресата (You-attitude) становить істинно соціальний аспект комунікативної компетенції і є базисним і глибоко інтуїтивним компонентом комунікації в різних інституціональних або ситуативних умовах [10].

Основні «складові» особистості адресата, що визначають його комунікативний портрет, «являють собою впорядковану й взаємозалежну сукупність необхідних авторів відомостей про ті сторони особистості реципієнта, які обумовлюють його властивості як приймача тексту»: його концептуальна система, тезаурус, наявність або відсутність спеціальних знань в області майбутнього комунікативного акту і т.д. [6, с. 121]. «Особисте знання» автора про адресата, що формується в результаті тривалої й різноманітної взаємодії з ним або опосередкованого контакту через тексти, створені адресатом (або соціумом, членом якого він є), забезпечує більш ефективний комунікативний результат.

В адресатній моделі інтерпретація змісту повідомлення (тобто позиції адресата) опирається на імпліцитну виставу комунікантів друг про друга (їх почуттях, думках, установках, ціннісних орієнтаціях — фонових знаннях). Ці вистави формуються під впливом соціопсихокультурного (широкого) контексту комунікативного акту. До значимих компонентів широкого контексту відносять велику кількість різнопорядкових параметрів: а) фонові знання, думки, ціннісні орієнтири; б) інтерпретацію інтенцій; в) плани й мети; г) соціальний контекст; д) фізичний контекст, е) особистісні характеристики комунікантів: точку зору, емоційний стан, ступінь розуміння повідомлення, стиль повідомлення [10].

У діалоговій моделі комунікативний процес забезпечується не діяльністю автономних учасників інформаційного обміну, що перебувають на протилежних полюсах інформаційного каналу, а взаємодією учасників комунікаційного процесу, орієнтованих на соціальне партнерство, співробітництво, діалог (значеннєвий контакт) для досягнення практичної мети. У діалоговій моделі (моделі співробітництва) зміст укладений скоріше у взаємодії, ніж у тексті — повідомленні й спрямований «на відтворення соціальності» [6, С. 113] витягає з певних умов взаємодії й може бути ідентифікований тільки в контексті цих обставин завдяки розумінню ситуації, тобто ситуативного, психоповедінкового контексту.

Таким чином, комунікація в діалозі спрямована на досягнення «міжособистісності», інтерсуб'єктності (моносуб'єктності), яка є «платформою» для взаєморозуміння, тому й обмін інформацією здійснюється як засіб реалізації «міжособистісності».

Кожна із зазначених вище моделей, взаємопроникливих, взаємодоповнюючих і взаємодіючих на всіх рівнях міжособистісної комунікації, висвітлює один з аспектів комунікації, що цікавить нас: в адресатній моделі головним є соціокультурний контекст, що дозволяє сформувати емпатію й позитивну перцепцію інокультурного комуніканта; в інформаційній моделі — інформативні характеристики тексту — повідомлення; у діалоговій моделі особливо важливий ситуативний (immediate) комунікативний контекст і поведінкові особливості комунікантів.

Висновки. Культура особистості, у тому числі й ділова культура, проявляється в стилі діяльності й стилі спілкування, стійкій системі особистісних приймань і способів діяльності й спілкування. У якості факторів, що визначають стиль діяльності й спілкування, часто розглядають соціальну роль і соціальний потенціал особистості, а також професійний статус і потенціал, особливості спілкування й мови. Проте, кожна людина в силу своєї унікальності виробляє свій стиль спілкування, обумовлений наявністю унікальних вербальних і невербальних елементів. Стиль спілкування особистості в першу чергу проявляється в ситуації встановлення особистих контактів, у той час як національний стиль спілкування проявляє себе в ситуації ведення переговорів.

Взаємодія членів соціуму, припускає не тільки інформаційний обмін у різних сферах комунікації, і в першу чергу, професійної, але й міжособистісне спілкування, характер якого визначається комунікативними інтенціями партнерів і стратегіями їх досягнення (співробітництво, суперництво, конфлікт і т.ін.), детермінованими соціопсихологічними й культурологічними особливостями відповідних соціумів.

Успішна міжкультурна професійна взаємодія членів ділових соціумів означає адекватну комунікативну поведінку в процесі взаємопознання (перцептивний рівень), взаєморозуміння (комунікативний рівень), встановлення взаємин професійного співробітництва (інтерактивний рівень) і, отже, припускає поряд з досить високим рівнем володіння іноземною мовою, уміння адекватне інтерпретувати й ухвалювати соціокультурне різноманіття партнерів по комунікації при рішенні практичних завдань.

Література

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы / В. С. Агеев. — М.: МГУ, 2007. — 240 с.

2. Андреев В. И. Конфликтология: Искусство спора, ведения переговоров и разрешения конфликтов / В. И. Андреев — Казань: «Скам», 2009. — 142 с.
3. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева — М.: МГУ, 1980. — 415 с.
4. Арутюнова Н. Д. Коммуникация / Н. Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. — М.: Наука РАН ИЯ, 2002. — С. 3—109.
5. Асмолов А. Г. Психология личности / А. Г. Асмолов — М.: МГУ, 1990. — 367 с.
6. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология / Т. М. Дридзе. — М.: Высшая школа, 2000. — 224 с.
7. Коган В. З. Проблемы информационного взаимодействия в обществе / В. З. Коган — М.: Наука, 2000. — 176 с.
8. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. — М.: Наука, 1984. — 444 с.
9. Халеева И. И. Некоторые проблемы обучения межкультурной коммуникации на основе когнитивного подхода / И. И. Халеева / Психоллингвистика и межкультурное взаимопонимание. Тез. докл. X Международного симпозиума по психоллингвистике и теории коммуникации. Москва, 3 — 6 июня 2011. — М.: АН ИЯ. — С. 310—312.
10. Krauss R. M., Fussell S.R. Models of Interpersonal Communication.— US: Columb. Univ. & Miss. State Univ., 1995. —146 p.

References

1. Ageev B. C. Mezhgruppovoe vzaimodejstvie. Social'no-psihologicheskie problemy / B. C. Ageev. — М.: MGU, 2007. — 240 s.
2. Andreev V. I. Konfliktologiya: Iskusstvo spora, vedeniya peregovorov i razresheniya konfliktov / V. I. Andreev — Kazan': «Skam», 2009. — 142 s.
3. Andreeva G. M. Social'naya psihologiya / G. M. Andreeva — М.: MGU, 1980. — 415 s.
4. Arutyunova N. D. Kommunikaciya / N. D. Arutyunova // Chelovecheskii faktor v yazyke: Kommunikaciya, modal'nost', dejksis. — М.: Nauka RAN IYA, 2002.— S. 3—109.
5. Asmolov A. G. Psihologiya lichnosti / A. G. Asmolov — М.: MGU, 1990. — 367 s.
6. Dridze T. M. Yazyk i social'naya psihologiya / T. M. Dridze. — М.: Vysshaya shkola, 2000. — 224 s.
7. Kogan V. Z. Problemy informacionnogo vzaimodejstviya v obshchestve / V. Z. Kogan — М.: Nauka, 2000. — 176 s.
8. Lomov B. F. Metodologicheskie i teoreticheskie problemy psihologii / B. F. Lomov. — М.: Nauka, 1984. — 444 s.
9. Haleeva I. I. Nekotorye problemy obucheniya mezhkul'turnoj kommunikacii na osnove kognitivnogo podhoda / I. I. Haleeva / Psiholingvistika i mezhkul'turnoe vzaimoponimanie. Tез. dokl. X Mezhdunarodnogo simpoziuma po psiholingvistike i teorii kommunikacii. Moskva, 3 — 6 iyunya 2011. — М.: AN IYA. — S. 310—312.
10. Krauss R. M., Fussell S.R. Models of Interpersonal Communication.— US: Columb. Univ. & Miss. State Univ., 1995. —146 p.

Афонина И.Ю.

СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ СИТУАЦИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ

Статья посвящена анализу психологических аспектов коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения. Представлен анализ эмпирических и теоретических научных исследований по вопросам коммуникативных стратегий поведения партнеров в сфере делового межкультурного общения с учетом социально-психологических, культурологических и языковых факторов коммуникации. Рассмотрены объективные критерии сфер социальной коммуникации, типология макросфер общения. Проведен анализ научных исследований по вопросам профессионального общения как специального вида социальной коммуникации. Представлены виды социальной коммуникации: специальная, неспециальная, межличностная, массовая и др. Рассмотрены содержательно-предметные характеристики каждой зоны коммуникации с реализацией основных функций делового общения. Представлен анализ социально-психологических поведенческих особенностей коммуникативного поведения представителей делового иносоциума и конкретной ситуации профессионального взаимодействия. Источников - 10.

Ключевые слова: коммуникация, профессиональное взаимодействие, коммуникативные стратегии поведения, ценностные ориентации, общение, межличностные связи, интенциональная модель межличностной коммуникации.

Afonina I.Y.
COMMUNICATIVE BEHAVIOUR STRATEGIES IN PROFESSIONAL MEANINGFUL SITUATIONS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article is devoted to the analysis of psychological aspects of communicative behavior in professional meaningful intercultural situations. The analysis of empirical and theoretical research on the communication strategies of partner behavior in the field of intercultural business communication in terms of socio-psychological, cultural and linguistic factors of communication is presented. The objective criteria of social communication spheres and types of communication macrospheres has been considered. The analysis of scientific researches as regards professional communication as a special form of social communication has been made. Types of social communication have been considered: special, non-special, interpersonal, mass, etc. Meaningful and object characteristics of each area of communication with the implementation of the basic functions of business communication have been examined. The analysis of socio-psychological behavioral characteristics of the communicative behavior of the business foreign society and the specific situation of professional interaction have been presented. Sources - 10.

Key words: communication, professional interaction, communicative behaviour strategies, valuable orientations, intercommunication, interpersonal relations and links, intentional model of interpersonal communication.

Афоніна Ірина Юрїївна - аспірантка кафедри соціальної та практичної психології Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, м. Луганськ

УДК 005.3536:657.6

Безсмертна В.В.

СПЕЦИФІКА ТА КЛЮЧОВІ МЕТОДИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті визначається сфера регулювання соціального аудиту, місце та роль соціального аудиту в системі управління соціальними процесами компанії; зазначаються основні правові акти, які використовуються при здійсненні соціального аудиту, який є складовою частиною загальної сфери захисту прав і свобод людини, розглядаються основні методи проведення соціального аудиту та практичні засади соціальної відповідальності як нові філософії ведення бізнесу та концепції господарської життєдіяльності. Джерел - 9.

Ключові слова: соціальні права, соціальна сфера, соціальний аудит, соціальна відповідальність, соціоекономічні показники.

Постановка проблеми. Соціальний аудит у сучасних умовах господарювання виступає дієвим інструментом розв'язання багатьох наявних проблем соціально-економічного розвитку суспільства. Вибір методів управління не випадковий, а відбувається саме у час, коли сама категорія «соціальний розвиток» та об'єкт, на який вона спрямована, зазнають значних змін. Соціальний аудит – явище доволі нове не тільки в Україні, але й і за її межами, а тому недостатньо вивчене та описане у науковій літературі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із зарубіжних вчених, які займаються розробкою цієї проблематики, слід виділити Жака Інгалеса, Мартину де ля Корд, Убера Ландьє, серед вчених близького зарубіжжя – А. Жукова [3], В. Кисельова [4], Ю. Попова, А. Шулуца [5], В. Мешкова [6] та ін. У їх публікаціях розглядаються теоретичні основи соціального аудиту, його види та механізми реалізації, однак основна увага зосереджується на аудиті системи управління людськими ресурсами. В Україні дослідженню аудиту як комерційної діяльності присвячені роботи М. Білухи, Ф. Бутинця, проблеми соціально-відповідального бізнесу розглядаються в роботах О. Балакіревої, Ю. Галустян [7], О. Прогнімак, О. Іщенко, О. Касперовича [8]. Окремо слід виділити роботи А. Андрущенко та С. Волкова, у яких соціальний аудит розглядається як механізм оптимізації розвитку соціальної сфери [9]. Разом з тим, вкрай мало ґрунтовних досліджень щодо розвитку системи аудиту макроекономічних процесів, методів та методик соціального аудиту на Україні.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Концептуальна система, за допомогою якої характеризується соціальний елемент розвитку, змінює, запозичує та пристосовує категоріальний апарат, який традиційно пов'язують з процесом управління, зокрема контролем та аудитом. Тому, враховуючи загальну тенденцію спрямування розвитку суспільства на його соціально-економічні аспекти, актуальною задачею у підготовці фахівців-управлінців є навчання їх спеціальним технологіям соціального аудиту.