



УДК 316.6

## Общение в профессиональной деятельности: сущность, функции, критерии функционирования

В. В. Монжиевская

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск*  
E-mail: [vvm.kpgt@mail.ru](mailto:vvm.kpgt@mail.ru)

**Аннотация.** Рассматриваются сущностные характеристики общения в профессиональной деятельности, дается авторский подход к определению понятий «деловое» и «профессиональное общение», предлагается вариант оценки результативности делового общения с помощью критерия оптимальности, который складывается из объективных и субъективных показателей.

**Ключевые слова:** деловое общение, профессиональное общение, функции делового общения, критерии эффективности делового общения.

Актуальность проблематики общения в профессиональной сфере деятельности является неоспоримой для современной России. В первую очередь это связано с политическими и социально-экономическими преобразованиями, которые охватили практически все стороны жизнедеятельности общества и человека. Осознание того, что коммуникативные процессы в любой профессиональной деятельности выступают наиважнейшим фактором ее эффективности, определило повышенный интерес к общению, особенно со стороны практиков.

К сожалению, в России до недавнего времени практически отсутствовали глубокие исследования в данной области. Своего теоретического, психолого-педагогического обоснования, исследования и широкого освещения в литературе проблема не получила до последнего десятилетия. Исключение составляет педагогическое общение, различные аспекты которого достаточно глубоко разработаны в отечественной науке. За последние десять-пятнадцать лет издано большое число переводных работ зарубежных авторов, стала появляться отечественная литература. Исследовательская «ниша» в этой области знаний начала быстро заполняться разработками социологов, социальных психологов, лингвистов, педагогов.

В то же время замечено, что зарубежные печатные издания по проблеме в большинстве своем носят научно-популярный и рекомендательный характер, отечественные же авторы раскрывают проблему, как правило, в одном-двух аспектах, а в работах, где идет обращение к зарубежной литературе, чаще ограничиваются ее переложением.

Сегодня, несмотря на то что в отечественной науке произошел большой прорыв вперед, многое в исследовании этой проблемы еще не решено. К таким вопросам можно отнести методологическое сопровождение исследований общения в профессиональной деятельности, понятийно-терминологический аппарат, наличие единого банка данных, информационно-поисковых отраслевых языков, создание тезаурусов и дескрипторных словарей, тематических глоссариев по различным аспектам делового общения. Не исследованным остается вопрос адаптации зарубежных разработок в области общения к современной российской практике. Кроме этого, не развита система подготовки и переподготовки кадров по общению в профессиональной деятельности на основе внедрения современных технологий; не разработано комплексное методическое обеспечение данного процесса, создание классов-лабораторий, компьютерных тренажеров по решению коммуникативных задач, моделирующих программ и т. д. И этот перечень проблем далеко не полный.

Однако из перечисленного, на наш взгляд, является наиболее важным вопросом о том, что же представляет собой общение в профессиональной деятельности. В имеющихся на сегодня публикациях данное понятие пока не получило однозначного толкования. Рамки статьи не позволяют остановиться на подробном анализе имеющихся в науке подходов к определению данного понятия.

Для выявления сущности общения в профессиональной сфере деятельности рассмотрим последовательно его основные характеристики.

Центром общения является человек. Без человека, вне его общение не существует. Для ведения общения необходимо по крайней мере наличие двоих его участников. В качестве участников общения определяются люди, партнеры, субъекты, личности.

В отечественной литературе рассматриваются две схемы общения, в основу которых заложены различные принципы. Это субъект-объектные и субъект-субъектные схемы. При субъект-объектном общении в роли активного его участника выступает лишь один человек. Другому участнику отводится роль объекта воздействия. На практике это выражается в доминировании одного партнера, манипулятивных с его стороны воздействиях, приказах, поучениях и т. д. В этом случае общение носит, как правило, монологический характер.

В случае субъект-субъектного общения оба его участника характеризуются равенством психологических позиций, оба являются носителями активности, оба воздействуют на партнера, т. е. испытывают взаимовлияния.

При таком подходе важнейшим, определяющим признаком общения является активность его участников. Человек, вступивший в контакт с другим человеком, прежде всего видит в нем себе подобного и себе равного. Он ориентирован на встречную активность партнера, на получение от него обратной связи.

По этому поводу М. С. Каган отмечал, что общение – это практическая активность субъекта, направленная на других субъектов и не превращающая их в объекты, а напротив, ориентирующаяся на них именно как на субъектов [1]. Безусловно, что равенство позиций является относительным. Эта относительность детерминируется субъект-субъектным характером общения, поскольку

на него влияют глубинные – личностно-смысловые и поверхностные – внешние, операционные, поведенческие проявления участников общения.

Субъект-субъектные отношения, несомненно, являются необходимым признаком действительного общения, способствуя зарождению и протеканию подлинного диалога, в ходе которого происходит обмен мнениями, а также обязательное взаимовлияние и взаимообогащение участников.

Участники общения именуется как партнеры; коммуникаторы и реципиенты (отправитель и получатель информации); адресанты и адресаты; оппоненты и пропоненты (при конфронтации); переговорщики (при поиске взаимосогласованного решения), но вне зависимости от названия всех их характеризует активное деятельностное начало, все они являются субъектами.

Таким образом, сущностной характеристикой общения является наличие его субъектов (как минимум – двух).

Следующей сущностной характеристикой выступает природа общения. Рассматривая природу общения, следует отметить, что не сложилось единого взгляда на эту проблему как в зарубежных, так и отечественных научных исследованиях.

Одни понимают общение как информационный процесс осуществления и поддержания межличностной связи, определяя его как отдельные акты передачи и приема информации. При таком подходе об общении говорят как о коммуникативном процессе или просто как о коммуникации.

Другой подход характеризует общение как двусторонний процесс коммуникации и интеракции. Взаимодействие между людьми в этом случае рассматривается как информационный контакт, появляющийся в вербальной и невербальной форме.

Третьи определяют общение как способ деятельности, как обмен деятельностью, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь и координацию действий в большой сложности.

Общим для этих подходов является то, что общение как взаимодействие возникает и осуществляется благодаря синтезу одновременно протекающих коммуникативных деятельностей двух или более индивидов.

Понятия «взаимодействие», «контакт», «совместный поиск», которые часто используют в контексте общения, указывают на процессуальную сторону общения, на ее определенную продолжительность и динамику. То же самое видится в определениях общения, рассматривающих его как процесс взаимосвязи и взаимодействия общественных субъектов, в которых происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а также результатами деятельности. В социально-практическом аспекте общение выступает как специфическое субъект-субъектное отношение и взаимодействие, в котором объектом деятельности для каждого человека является другой человек.

Таким образом, делая вывод о природе общения, можно сказать, что общение представляет собой процесс, который складывается из совокупности коммуникативных деятельностей двух или более субъектов.

Следующей существенной характеристикой общения в профессиональной деятельности является поле его функционирования.

Признаки данной группы указывают на место, где осуществляется общение (на службе, производстве, экономической и социальной сферах). По сути, этот признак отражает род занятий (от лат. *professio*), т. е. профессию или профессиональную сферу деятельности человека. Несмотря на многообразие профессий, все они могут быть охарактеризованы с точки зрения социальной структуры. На основе теории социальной стратификации П. Сорокина [5] определим поле функционирования общения в профессиональной деятельности.

Дифференциацию некой данной совокупности людей (населения) на классы в иерархическом ранге П. Сорокин определил как социальную стратификацию и отметил, что ее основа и сущность – «в неравномерном распределении прав и привилегий, ответственности и обязанности, наличии или отсутствии социальных ценностей, власти и влияния среди членов того или иного сообщества» [5, с. 302]. Несомненно, что деление людей на группы по роду их деятельности, занятиям, а также деление внутри этих групп на руководителей разных рангов и подчиненных указывает на профессиональную дифференциацию. Профессиональная стратификация представляется в форме иерархии профессиональных групп (межпрофессиональная стратификация) и в форме стратификации внутри каждой профессиональной группы (внутрипрофессиональная стратификация). При рассмотрении внутрипрофессиональной иерархии выделено три основных слоя: первый репрезентирует предпринимателей или хозяев, которые экономически независимы в своей деятельности и деятельность которых исключительна или частично заключается в организации или контроле своего «дела» и своих служащих; второй репрезентируют служащие высшей категории: директора, менеджеры, инженеры, руководители производств. Они не являются владельцами дела, они продают свою службу и получают за это заработанную плату, играя определенную роль в организации «дела». Их профессиональная функция заключается в интеллектуальном труде; третий репрезентируют наемные рабочие, которые, как и служащие высшей категории, продают свой труд, но дешевле, они зависимы в своей деятельности.

Естественно, пока существуют профессиональные учреждения с их современным сложным механизмом производства, любая организация труда обречена на стратификацию. Профессиональная стратификация характеризуется высотой, которая измеряется через: а) разницу в подчинении низших подгрупп высшей в рамках определенной профессиональной группы; б) степень зависимости низших слоев от высших; в) степень оплаты высших слоев и низших, занятых той или иной деятельностью. Высота профессиональной стратификации меняется в зависимости от типа организации, неограниченное ее увеличение невозможно, так как современный уровень развития научно-технической революции определяет сложную систему организации и управления предприятием. В силу ограниченных способностей индивида даже самые выдающиеся руководители не могут обойтись без помощи специалистов, экспертов и т. д. В противном случае это могло бы привести к дезорганизации производства. Важным моментом, сдерживающим неограниченное увеличение высоты профес-

сиональной стратификации, является склонность человека сглаживать любую чрезмерную форму неравенства. Успех деятельности любого предприятия зависит от работы всех ее членов. Это вынуждает руководителей искать сотрудничество с ними, ограничивает своеволие и абсолютизм. Безусловно, что высота профессиональной стратификации зависит от сферы профессиональной деятельности.

Общение осуществляется внутри каждой профессиональной группы как по «вертикали» между представителями различных слоев, так и по «горизонтали» между работниками, занимающими одинаковое положение во внутрипрофессиональной иерархии. Кроме этого, взаимодействие может осуществляться и между представителями различных профессиональных групп по «вертикали», по «горизонтали» и по «диагонали».

Таким образом, поле функционирования общения ограничили профессиональной сферой (внутрипрофессиональной и межпрофессиональной).

Следующая существенная характеристика определяет предмет общения в профессиональной сфере деятельности.

При анализе признаков данной группы необходимо выявить направленность активности субъектов. Предметная деятельность не может быть изучена вне характеристики ее предмета, поэтому суть общения может быть раскрыта только в том случае, когда не только констатируется сам факт общения и даже не способ общения, а его содержание. В реальной практической деятельности главным, на наш взгляд, является вопрос не о том, каким образом общается субъект, а по поводу чего он общается. И если в связи с изучением деятельности важен анализ предмета деятельности, то в данном варианте важен анализ предмета общения.

Пространством функционирования общения в рассматриваемом нами варианте является профессиональная сфера, содержанием общения является решение вопросов профессиональной деятельности.

Целью любой профессиональной сферы деятельности является производство товаров или услуг. В современных маркетинговых исследованиях под товаром понимается все, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, использования или потребления: физические объекты, услуги, лица, места, организации, идея и пр. Под услугами понимаются объекты продаж в виде действий, выгод, удовлетворений. Услуги, предлагаемые различными сферами профессиональной деятельности, подразделяются на чистые, связанные с физическим и интеллектуальным трудом того, кто их обеспечивает, и смешанные, которые невозможны без применения какого-либо материала. Кроме того, все услуги подразделяют на услуги по техническому обслуживанию, ремонту и услуги консультативного характера (правовые, рекламные, туристские, образовательные услуги и т. д.). Товары и услуги, производимые в любой профессиональной сфере, для упрощения мы будем далее именовать продуктом профессиональной деятельности.

В отечественной науке общепризнанна и широко используется классификация профессиональных сфер деятельности Е. А. Климова, по которой все профессии делятся на 5 групп: человек – человек, человек – природа, человек – знаковая система, человек – техника, человек – художественный образ [2]. В

каждой из этих профессиональных групп производится определенный продукт профессиональной деятельности.

Но создание продукта, на наш взгляд, не является самоцелью. Он предназначен для удовлетворения потребностей отдельных лиц, коллективов, государственных и частных предприятий. В связи с этим перед работниками профессиональной сферы деятельности, помимо создания продукта, стоит задача продвижения его по рынку товаров и услуг с тем, чтобы он дошел до своего потребителя. Таким образом, в каждой из перечисленных выше пяти профессиональных групп происходит целенаправленное взаимодействие, которое охватывает все уровни внутривнутрипрофессиональной иерархии по «вертикали», «горизонтали» и «диагонали». Кроме того, оно может охватывать и другие сферы профессиональной деятельности, участвующие прямо или косвенно в производстве продукта или продвижении его по рынку. Таким образом, предметом общения в профессиональной сфере выступает непосредственное или опосредованное решение целей и задач профессиональной деятельности по созданию продукта и (или) продвижению его по рынку товаров и услуг.

Однако особый интерес представляют профессии группы человек – человек. Здесь функционирует не один, а два вида общения, которые различаются по своей сути. Это отличие выступает на уровне предмета. Если содержанием одного вида общения является производство продукта профессиональной деятельности и дальнейшее его продвижение по рынку товаров и услуг, то содержанием другого – потребление этого продукта.

Первый вид общения мы определяем как деловое общение, второй вид – профессиональное.

Исходя из вышеизложенного, мы делаем следующий вывод: в профессиональной сфере деятельности может функционировать два вида общения: деловое и профессиональное.

Деловое общение – это целенаправленное взаимодействие субъектов профессиональной деятельности по непосредственному или опосредованному созданию продукта этой деятельности и (или) продвижению его по рынку товаров и услуг.

Профессиональное общение – это целенаправленное взаимодействие субъектов в профессиональной деятельности по потреблению продукта этой деятельности.

Деловое и профессиональное общение различается по предмету: деловое общение направлено на создание продукта профессиональной деятельности, а профессиональное – на его потребление. Деловое общение носит универсальный характер, а профессиональное отражает специфику профессиональной деятельности.

Рассмотрим функции и критерии оценки результата делового общения.

Цель делового общения является отражением цели профессиональной деятельности. Следует отметить, что цель профессиональной деятельности, требующая разрешения в общении, и цель непосредственно общения не всегда могут совпадать. Например, в профессиональной сфере в связи с конъюнктурой рынка возникает необходимость в изменении услуг, представляемых дан-

ной организацией. Осознание этой потребности специалистом приводит к постановке соответствующей цели, но эта цель не всегда может быть разрешена в процессе общения руководителя с его коллегами. В качестве целей общения выступает обмен информацией, идеями, мыслями, опытом по изменению стратегии деятельности предприятия, выяснение отношения сотрудников к поставленной цели, выработка совместных действий в реализации этой цели и т. д. Но даже если эти цели не совпадают, то цель общения прямо или косвенно направлена на реализацию цели профессиональной деятельности.

Каждая цель диктует выполнение своих функций. Поскольку профессиональная деятельность многогранна, целей может быть множество, но мы остановимся на типичных. Положив в основу типологический критерий «цель общения», можно выделить основные его функции:

- контактная (цель: установление контакта как состояния готовности участников к взаимодействию в форме постоянной взаимоориентированности);
- информационная (цель: обмен (передача и прием) осведомительной, регуляторной и эмоциональной информации, выступающей в форме сообщений, мыслей, замыслов, решений и прочего участников общения);
- когнитивная (цель: выявление смысла взаимодействия, взаимопознание и взаимопонимание партнерами друг друга);
- эмотивная (цель: создание психологического фона взаимодействия через возбуждение в партнере эмоциональных переживаний и состояний);
- конативная (цель: стимулирование активности партнера по общению, направляющей его на выполнение тех или иных действий, регулирование действий партнеров в совместной деятельности через процесс общения);
- координационная (цель: взаимное ориентирование и согласование действий при организации совместной деятельности);
- суггестивная (цель: изменение поведения, личностно-смысловых образований партнера, его намерений, установок, действий и т. д.).

Каждая из семи выделенных функций имеет самостоятельное значение, но в зависимости от содержательного контекста процесса общения любая из них может стать доминирующей.

Деловое общение, как и всякая социальная система, носит вероятностный характер. В силу своеобразия и неповторимости участников делового общения, условий, при которых протекает данный процесс, он может иметь бесконечное множество вариантов его реализации и результатов. Наилучшим, наиболее благоприятным, лучшим из возможных вариантов будет такой, который можно определить как оптимальный. Он предполагает реализацию делового общения с минимальными затратами и максимальным результатом. Этот вариант должен выбираться с учетом конкретных условий протекания делового общения. Исходя из этого, в качестве критерия оценки результата делового общения мы выдвигаем один – критерий оптимальности. Этот критерий является интегрированным и включает ряд показателей. Рассмотрим их последовательно.

В ходе делового общения достигается определенный результат, и степень его достижения поставленной цели служит показателем функционирования

делового общения. Соответствие результата делового общения поставленным целям может быть определено как результативность.

Деловое общение является целенаправленным процессом, детерминированным целями профессиональной деятельности. Эти цели задаются извне делового общения и являются объективными по отношению к нему. В связи с этим показатель результативности критерия оптимального функционирования будет выступать как объективная характеристика делового общения. Но в силу того, что центром делового общения являются его субъекты, производящие данный результат, оптимальность процесса должна быть оценена и с точки зрения субъективности.

Одинаковый результат делового общения при различных вариантах его протекания может быть достигнут за разное время с разными психологическими нагрузками. При неравнозначном расходовании сил и средств оптимальность будет проявляться в рациональном их использовании, и данный показатель может быть определен как рациональность.

Достижение цели, рациональное расходование сил и средств не всегда могут в полной мере отражать оптимальность делового общения. При равных условиях субъекты могут выступать как манипуляторы, используя своего партнера как средство для достижения поставленной цели, а могут к деловому общению и его участникам относиться как к ценности, проявлять интерес к самому процессу, а не только к его результатам. Поэтому деловое общение ориентирует нас на выделение еще одного параметра – показателя отношения, определяющего ценностное отношение к процессу делового общения и его участникам.

Оптимальность делового общения зависит от того, насколько субъекты глубоко знают закономерности этого процесса, влияние на него различных факторов, логику протекания средств, которыми можно воспользоваться для достижения наилучшего результата, а также владеют умениями, обеспечивающими каждый этап функционирования этого процесса. Знания и умения сами по себе характеризуются статичностью. А процесс делового общения в силу целого ряда причин каждый раз будет другим. И адекватное использование субъектами знаний и умений будет определяться той рефлексивной позицией, в которую выходит субъект делового общения. Направленная на процесс общения рефлексия определяется в психолого-педагогической литературе как коммуникативная. Она позволяет субъекту отслеживать свои психические акты и состояния, оценивать то, как другие участники делового общения понимают и принимают его, дает возможность понять, почему им было использовано то или иное средство в деловом общении и почему достигнут именно этот, а не другой результат. Наличие коммуникативной рефлексии позволяет вносить необходимые коррективы в то соответствие субъекта делового общения, которое необходимо для реализации процесса. Являясь источником внутреннего опыта субъекта, коммуникативная рефлексия способствует его саморазвитию.

Как нам представляется, выделенные три составляющие (знания, умения делового общения и коммуникативная рефлексия) будут представлять собой показатель, который мы назвали «соответствие».

Таким образом, анализ реально протекающего процесса делового общения, теоретических разработок в этой области, мысленных экспериментов с теоретической моделью делового общения позволили нам сделать вывод, что при подходе к деловому общению как к целостной системе качественное ее состояние может быть оценено с помощью критерия оптимальности, который складывается из объективного показателя – результативности и субъективных показателей – рациональности, отношения и соответствия. Мы понимаем, что выделенные нами показатели не исчерпывают всей полноты проблемы оптимального функционирования системы делового общения, и полагаем, что это может служить темой отдельного научного изыскания.

#### Список литературы

1. Каган М. С. Общение как предмет междисциплинарного научного исследования // Общение и культура личности. – Томск, 1984. – С. 54–67.
2. Климов Е. А. Путь в профессию / Е. А. Климов. – Л. : Лениздат, 1974. – 190 с.
3. Леонтьев А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 365 с.
4. Монжиевская В. В. Общение в профессиональной сфере деятельности : учеб. пособие / В. В. Монжиевская // Основы профессиональной деятельности в системе «Педколледж – педвуз». – Иркутск : Изд-во ИГПУ, 2002. – 226 с.
5. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / П. Сорокин. – М. : Полит. лит., 1992. – 543 с.

## Communication in Professional Activity: Essence, Functions, Criteria of Functioning

V. V. Monzhiyevskaya

*Irkutsk State University, Irkutsk*

**Abstract.** The article deals with essential characteristics of communication in professional activity. Author's definition of the concepts of business and professional communication is given. The author gives an alternative way of assessing business communication efficiency through optimality criterion, which is a combination of objective and subjective factors.

**Keywords:** business communication, professional communication, functions of business communication, business communication efficiency criteria.

*Монжиевская Вера Владимировна  
кандидат педагогических наук, доцент  
Иркутский государственный университет  
664003, г. Иркутск, К. Маркса, 1  
e-mail: vvm.kpgt@mail.ru*

*Monzhiyevskaya Vera Vladimirovna  
Candidate of Sciences (Pedagogy)  
Associate Professor  
Irkutsk State University  
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003  
e-mail: vvm.kpgt@mail.ru*