



---

**Original Article: "IO-IL CONCETTO DI" IDENTITÀ NELLA COMUNICAZIONE DELLE IMPRESE**

**Citation**

Grishin E., Irinina Ju. "Io-Il Concetto di" Identità nella comunicazione delle imprese. *Italian Science Review*. 2016; 1(34). PP. 11-12.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2016/january/Grishin.pdf>

**Authors**

Evgeniy Grishin, Samara State Aerospace University, Russia.

Julia Irinina, Samara State Aerospace University, Russia.

Submitted: December 18, 2015; Accepted: December 30, 2015; Published: January 16, 2016

Per raggiungere gli obiettivi del moderno uomo d'affari deve essere coinvolto attivamente in varie trattative. Spesso, le trattative si svolgono in condizioni molto difficili e circostanze, e la persona è costretto a prendere una decisione difficile, tattico relativo alle ulteriori fasi: un partner concessione, difendere le proprie posizioni, trovando un compromesso. A quali condizioni esso dipende dalla scelta di trattative d'affari tattiche di partito? Qual è il fattore decisivo? Lo scopo di questo studio è quello di stabilire il rapporto tra il "concetto di sé" l'uomo e il suo comportamento nella comunicazione d'impresa.

"Io-Il Concetto di" è un sistema in evoluzione di rappresentazioni umane di se stesso, tra cui la realizzazione del loro fisico, intellettuale, e altre proprietà di carattere, l'autostima e la percezione soggettiva di influenzare gli auto fattori esterni. "Io-Il Concetto di" è di due tipi: positivo e negativo. In un caso, a giudizio della stessa è dominata da un atteggiamento positivo (autostima, l'accettazione di sé, un senso di autostima), negli altri - negativo (la negazione di se stessi, un senso di inferiorità).

È ben noto che ci sono cinque tipi di base di rapporti tra i partner:

1. Concorrenza - stile, fornendo gli sforzi per imporre la sua decisione l'altro lato.

1. Evitare - stile di comportamento caratterizzato da un'apparente mancanza di desiderio di avere un partner per fare sforzi attivi per attuare i propri interessi.

2. Adattamento - lo stile di comportamento passivo, in cui i partecipanti tendenza a levigare la situazione di conflitto.

3. La cooperazione - stile di comportamento in cui i partecipanti mirano a massimizzare i propri interessi.

4. Compromesso - la posizione delle parti in conflitto per risolvere le divergenze attraverso reciproche concessioni, per ottenere parziale soddisfazione dei propri interessi.

Approfondire sotto l'aspetto psicologico della comunicazione d'impresa ha dimostrato che tutti i 5 stili di relazioni strettamente legate al "concetto di sé." Consideriamo una componente chiave di "concetto di sé" - autostima.

Auto-identità è una forma dinamica, varia a seconda del livello di benessere sociale dell'individuo. Alta stessi punteggio

e le loro capacità contribuisce alla crescita personale, l'affermazione di sé nella società e la struttura delle relazioni di gruppo.

Bassa autostima, al contrario, impedisce la crescita individuale, inibisce divulgazione dell'identità, provoca la formazione di complessi, che complica il processo di rapporto.

L'autovalutazione è un aspetto importante della nostra vita, perché è associato formazione di realtà emotiva dell'uomo.

Installazione emotivo sono stati prima formulata da E. Berne. Ciascuna delle unità si compone di due parti: la prima dice di ciò lo stato della persona nella stessa società assegna, mentre la seconda mostra cosa lo stato della società umana. Queste impostazioni sono le seguenti:

2. Non ho tranquillamente - in modo sicuro ("Io sto essendo, se si vuole rispettare tutti i requisiti delle autorità, se non litigare con nessuno ..." - Dispositivi di stile).

3. Ho sfavorevole - avete sfavorevole ("Nel mondo reale non c'è alcun bene, preferirei vivere in un mondo tutto loro fantasie" - uno stile di evasione).

4. I tranquillamente - è necessario sfavorevole (Mancanza di rispetto ad altre persone, per raggiungere i loro obiettivi ", andando oltre le teste" - Concorso di stile).

5. I sicuro - in modo sicuro (la fede nella loro forza, l'uso attivo delle opportunità: "Sono andrà tutto bene" - lo stile di cooperazione, di compromesso). Se la stima di sé ha un impatto diretto sulla formazione di variare atteggiamenti, è necessario comprendere i fattori chiave di cui è composto. Uno di questi fattori è il dialogo interno - dialogo interno continuo con se

stessi, uno dei principali modi di pensare, di pensare, di riflessione.

Il popolo dialogo interno analizzare eventi del passato, il comportamento di altre persone e il loro comportamento in una determinata situazione. Se una persona viene prima se stesso condannato per qualche azione, e quindi giustifica il dialogo interno diventa improduttivo. Se una persona nel corso del dialogo con se stesso ammette i suoi errori e rende le conseguenze, al fine di prevenire il loro ripetersi, il dialogo è considerato produttivo. Questo dialogo interiore alla fine porta alla formazione di atteggiamenti positivi. Tuttavia, molte persone sono esposte a dialogo interno continuo, che può essere improduttivo o addirittura controproducente. Questo dialogo contribuisce allo sviluppo del conflitto interno - uno scontro di opposti orientamenti di valore della persona, i suoi bisogni, interessi e aspirazioni. Questo, a sua volta, porta alla formazione di bassa autostima, che incide negativamente, e, infine, alla formazione di stile di comunicazione aziendale.

Così, nel corso dell'analisi, si è constatato che il raggiungimento degli obiettivi prefissati nelle comunicazioni commerciali carriera dipende "concetto di sé." Pertanto, la capacità di condurre un dialogo interno produttivo per lo sviluppo di ottimale autostima e positivo "concetto di sé" è un problema reale oggi. Cambia il tuo stile di comunicazione è possibile solo a condizione di crescita personale e di auto-miglioramento, ma si tratta di un processo lungo e difficile, in cui è necessario capire se stessi.