

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского высшего образования

федерального университета

Дата подписания: 23.09.2023 13:17:19 «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Уникальный программный ключ: Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ
по дисциплине**

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ
ЯЗЫКЕ**

Направление подготовки
Направленность (профиль)

40.03.01 Юриспруденция
Гражданско-правовой

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Основы профессиональной коммуникации

Практическое занятие 1. Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений. Сущность речевой коммуникации, ее модель. Функции речевой коммуникации. Виды коммуникации.

Практическое занятие 2. Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений. Составляющие компоненты успешной речевой коммуникации. Речевой подтекст. Метаязык.

Практическое занятие 3. Виды речевой деятельности. Вербальная и невербальная коммуникация. Характеристика видов речевой деятельности. Совершенствование навыков устной речи. Техника речи.

Практическое занятие 4. Виды речевой деятельности. Невербальные средства общения. Значение мимики и позы в процессе делового общения. Роль и функции жестов в профессиональной коммуникации. Как распознать обман собеседника по невербальным средствам общения. Невербальные средства общения у разных народов.

Раздел 2. Психология личности: ее значение в сфере профессионального общения

Практическое занятие 5. Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации. Основные типы коммунибельности людей. Эго-состояния и речевое общение.

Практическое занятие 6. Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации. Женский и мужской тип речи. Зоны общения. Расстановка мебели в кабинете. Повышение статуса человека за счет манипуляций с креслом.

Практическое занятие 7. Основы межкультурной коммуникации. Национальные особенности и их влияние на профессиональную коммуникацию.

Практическое занятие 8. Основы межкультурной коммуникации. Национальное и межнациональное общение: Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия. Особенности ведения переговоров представителей ... с представителями ... (страны – по выбору студента).

Практическое занятие 9. Деловой этикет в профессиональной коммуникации. Речевой этикет в профессиональной коммуникации. Этические принципы речевого поведения.

Практическое занятие 10. Деловой этикет в профессиональной коммуникации. Этика и сфера общения. Манеры человека в деловой обстановке. Этикетные формулы типичных ситуаций. Этика пользования телефонами.

Практическое занятие 11. Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде. Классификация конфликтов. Стадии и структура конфликта. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.

Практическое занятие 12. Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения.

Раздел 3. Деловая коммуникация

Практическое занятие 13. Типичные коммуникативные ситуации. Деловая беседа: структура деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы. Деловая беседа по телефону.

Практическое занятие 14. Типичные коммуникативные ситуации. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании.

Практическое занятие 15. Ведение переговоров. Деловые переговоры: подготовка к переговорам; цели переговоров; предмет переговоров; структура переговоров; начало и завершение переговоров.

Практическое занятие 16. Официально-деловая письменная речь. Виды официально-деловых текстов. Деловое письмо: структура, стилистика. Отчеты, предложения и их разновидности. Резюме: типы и правила составления.

Практическое занятие 17. Правила составления распорядительных документов и договоров.

Практическое занятие 18. Способы взаимодействия на переговорах: лингвистическая деловая игра «переговоры».

ВВЕДЕНИЕ

Включение дисциплины «Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке» в рабочий учебный план нового поколения отвечает насущным запросам общества и обусловлено осознанием необходимости гуманитаризации образования.

Коммуникативная компетентность рассматривается сегодня как одна из важнейших составляющих гуманитарной подготовки бакалавра. Ее формирование – важнейшая социальная и социокультурная задача, поскольку путь к профессиональному успеху личности возможен лишь через язык и с помощью языка.

Владение грамотной речью, нормами литературного языка (языковая компетенция), умение коммуникативно оправданно и эффективно отбирать языковые средства в соответствии с целями коммуникации, владение правилами речевого воздействия (коммуникативная компетенция), умение пользоваться словарями для решения конкретных коммуникативных задач (лексикографическая компетенция) – вот важнейшие компетенции, которые формируются в процессе освоения дисциплины.

Семинар является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в тетради для самостоятельной работы вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо получить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре ЛиМК.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий специальную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- практикумы по деловому общению.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Практическое занятие №1. Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений. Сущность речевой коммуникации, ее модель. Функции речевой коммуникации. Виды коммуникации.

Цель: Изучить сущность речевой коммуникации, проанализировать ее модель, функции и виды. Рассмотреть составляющие компоненты успешной речевой коммуникации.

В результате освоения темы студент должен

- знать** правила и требования делового этикета; основы логики, теории и практики аргументации;
- уметь** выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;
- владеть** навыком профессионального общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Сущность речевой коммуникации, ее модель. Функции речевой коммуникации. Виды коммуникации. Составляющие компоненты успешной речевой коммуникации. Речевой подтекст. Метаязык. Основные теории общения. Интерактивная, коммуникативная, перцептивная стороны общения. Общение и коммуникация: сходства и различия.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека (Краткий психологический словарь. М., 1985). Из определения общения вытекает, что это сложный процесс, в который входят три составляющие:

- *коммуникативная сторона* общения (обмен информацией между людьми);
- *интерактивная сторона* (организация взаимодействия между индивидами);
- *перцептивная сторона* (процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания).

Таким образом, можно говорить об общении как организации совместной деятельности и взаимоотношении включенных в нее людей.

Передача информации возможна с помощью знаков, знаковых систем. В коммуникативном процессе обычно выделяют *вербальную* и *невербальную коммуникацию*.

Вербальная коммуникация общения осуществляется посредством речи. Под *речью* понимается естественный звуковой язык, т.е. система фонетических знаков, включающих два принципа – лексический и синтаксический. Речь является универсальным средством коммуникации, так как при передаче информации с ее помощью передается смысл сообщения. Благодаря речи осуществляется кодирование и декодирование информации.

Невербальная коммуникация:

- Визуальные виды общения – это жесты (кинесика), мимика, позы (пантомимика), кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение), пространственно-временная организация общения (проксемика), контакт глазами.
- Акустическая система, включающая в себя следующие аспекты: паралингвистическую систему (тембр голоса, диапазон, тональность) и экстралингвистическую систему (это включение в речь пауз и других средств, таких как покашливание, смех, плач и др.).
- Тактильная система (такесика) (прикосновения, пожатие руки, объятия, поцелуи).
- Ольфакторная система (приятные и неприятные запахи окружающей среды; искусственные и естественные запахи человека).

Цели общения отражают потребности совместной деятельности людей. Деловое общение почти всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей.

Общение выступает как межличностное взаимодействие, т.е. связи и влияние, которые складываются в результате совместной деятельности людей.

Выделяют следующие виды взаимодействия:

- групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация),
- конкуренция (соперничество),
- конфликт.

Для того чтобы общение было эффективным, диалогическим, необходимо соблюдать следующие условия:

1. равенство психологических позиций социальных субъектов независимо от их социального статуса;
2. равенство в признании активной коммуникативной роли друг друга;
3. равенство в психологической взаимоподдержке.

Спецификой взаимодействия является то, что каждый его участник сохраняет свою автономность и может обеспечивать саморегуляцию своих коммуникативных действий.

Р. Бейлз объединил наблюдаемые образцы взаимодействия в четыре глобальных категории, которые фиксируют форму взаимодействия:

Существует несколько теорий, объясняющих межличностное взаимодействие. К ним относятся: теория обмена, символический интеракционизм, теория управления впечатлениями, психоаналитическая теория.

Перцепция – процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения.

Человек осознает себя через другого человека посредством определенных механизмов межличностной перцепции. К ним относятся:

- познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция);
- познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
- прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).

Идентификация – способ познания другого человека, при котором предположение о его внутреннем состоянии строится на основе попыток поставить себя на место партнера по общению.

Эмпатия – эмоциональное сопереживание другому.

Аттракция (привлечение) – форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему.

Рефлексия – механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять, как он воспринимается партнером по общению.

Каузальная атрибуция – механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (выяснение причин поведения объекта).

Особенности личностной, межличностной, массовой, специализированной коммуникаций.

Межличностная коммуникация осуществляется в тех видах общения, которые предполагают прагматические цели и конструктивность решений, и готовность каждого партнера к адекватному поведению. Панфилова А.П. различает пять видов коммуникации: познавательную, убеждающую, экспрессивную, суггестивную, ритуальную. Для каждого из них характерны свои цели и ожидаемый результат, условия организации, а также коммуникативные формы и средства.

Вопросы и задания:

1. Для успешной подготовки и проведения деловой беседы необходимо:

- иметь привлекательный внешний вид
- уметь правильно говорить
- быть профессионалом в своей области
- вызывать доверие партнера
- быть вежливым
- знать национальные особенности партнера
- знать речевые приемы воздействия на собеседника
- правильно рассадить собеседников
- рационально определить перечень обсуждаемых вопросов
- не упускать инициативу из своих рук
- ясно представлять цель, которую нужно достигнуть
- создать удобные условия для беседы
- не спорить с партнером.

Прономеруйте приведенные факторы в порядке значимости, с Вашей точки зрения (на первое место поставьте самое важное, на последнее – самое незначительное).

2. Опишите ситуацию, когда вы испытывали трудности в общении с собеседником. Каковы были причины этих трудностей? Удалось ли их преодолеть в процессе беседы (переговоров)? Какие затруднения Вы испытываете чаще всего в процессе а) бытового общения, б) делового общения.

Практическое занятие 2: Профессиональная коммуникация как механизм

взаимодействия в сфере деловых отношений. Составляющие компоненты успешной речевой коммуникации. Речевой подтекст. Метаязык.

Цель: охарактеризовать виды речевой деятельности. Изучить пути совершенствования навыков устной речи, особенности невербальных средств общения.

В результате освоения темы студент должен

знать основные виды речевой деятельности; иметь представление о вербальной и невербальной коммуникации;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения; пользоваться средствами вербальной и невербальной коммуникации.

владеть навыком распознавания жестов, мимики, пантомимики участников общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Коммуникация – это передача сообщения в глобальном смысле, это общение, обмен мыслями, идеями, планами, передача некоторого смысла, сведений с помощью знаков, зафиксированных на каких-либо материальных носителях. Это так же и процесс социума, который исполняет связывающую функцию в общественной структуре.

Владеть навыками эффективной коммуникации, значит уметь донести так информацию до слушателя, что бы он не просто ее послушал, а именно услышал, понял и принял какие-либо выводы, действия. Каждый имеет навыки общения, но вот искусству коммуникативной компетентности, умению вести спор, диалог, публичные выступления, нужно учиться, это целенаправленная работа над собой. Очень для сотрудника любой организации владеть навыками эффективной коммуникации, т.е. уметь провести удачно переговоры, убедить и аргументировать свою позицию, привести удачный пример для подкрепления своей мысли, почувствовать внутреннее состояние оппонента, улавливая мимику и жесты, разрешить конфликтную ситуацию, достигая консенсуса в спорном вопросе.

В приемы эффективной коммуникации входит:

1. Открытость – возможность свободно представлять себя и доносить свои мысли другим, так же получать информацию. От этого свойства так же зависит сила личности.
2. Конструктивная форма воздействия во время передачи информации – улучшает коммуникацию, помогая создать отношения. Заключается она в умении аргументировать, поддерживая свою точку зрения и опровергая точку зрения оппонента с помощью грамотно изложенных и доказанных фактов. Так в эффективной коммуникации играет очень большую роль утверждение – это активное действие для реализации личных интересов способом продвижения своих идей, мыслей без ущемления других коммуникаторов. А вот такие проявления как агрессивность, проявление гнева, отрицания, раздражения, враждебность относят к деструктивной форме воздействия в приемах эффективной коммуникации.
3. Межличностная коммуникативная адаптация (конвергенция) – приспособливание темпа речи, громкости, мимических проявлений, жестикуляции, выбор языка собеседника и другое. Если коммуникатор делает обратное, это называется дивергенция, т.е. желание подчеркнуть различия. Конвергенция – очень важный из навыков эффективной коммуникации, так как позволяет почувствовать собеседника, тем самым открывая верный путь ведения беседы. Дивергенция же используется для получения дистанции.
4. Уступительный прием – теория уступок гласит, что в таком случае один человек получает от другого что-то взамен.

Вопросы и задания:

1. *Расскажите, что такое речевое действие и каковы механизмы кодирования и декодирования информации.*
2. *Объясните значение терминов: коммуникант, коммуникатор, адресат, адресант, вербальная коммуникация, невербальная коммуникация.*
3. *Объясните, можно ли назвать речевым общение между глухонемыми людьми.*
4. *Известно, что попугаи могут произносить человеческие слова. Является ли разговор с говорящим попугаем коммуникацией?*
5. *Словосочетание «уважаемые товарищи» употребляется, как правило, для установления контакта с окружающими. Приведите другие примеры.*

Практическое занятие 3: Виды речевой деятельности. Вербальная и невербальная коммуникация. Характеристика видов речевой деятельности. Совершенствование

навыков устной речи. Техника речи.

Цель: охарактеризовать виды речевой деятельности. Изучить пути совершенствования навыков устной речи, особенности невербальных средств общения.

В результате освоение темы студент должен

знать основные виды речевой деятельности; иметь представление о вербальной и невербальной коммуникации;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения; пользоваться средствами вербальной и невербальной коммуникации.

владеть навыком распознавания жестов, мимики, пантомимики участников общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Виды вербальной коммуникации: устная, письменная речь, слушание. Устная речь: диалог как одна из форм речевого общения. Виды диалога: информационный, фатический, манипулятивный, полемический. Коммуникативные барьеры непонимания и способы их преодоления.

К вербальным средствам коммуникации относятся письменная и устная речь, слушание и чтение. Устная и письменная речь участвуют в производстве текста (процесс передачи информации), а слушание и чтение – в восприятии текста, заложенной в нем информации.

Одним из основных средств передачи информации является речь. В речи реализуется и через нее посредством высказываний выполняет свою коммуникативную функцию язык. К основным *функциям языка* в процессе коммуникации относятся: коммуникативная (функция обмена информацией); конструктивная (формулирование мыслей); апеллятивная (воздействие на адресата); эмотивная (непосредственная эмоциональная реакция на ситуацию); фатическая (обмен ритуальными (этикетными) формулами); метаязыковая (функция толкования. Используется при необходимости проверить, пользуются ли собеседники одним и тем же кодом).

Функцию, которую выполняет язык в процессе коммуникации, определяет вид высказывания и отбор слов. В зависимости от целей, которые преследуют участники коммуникации, выделяют следующие типы высказываний: сообщение, мнение, суждение, рекомендация, совет, критическое замечание, комплимент, предложение, вывод, резюме, вопрос, ответ.

Речь делится на внешнюю и внутреннюю. Внутренняя речь понимается как общение человека с самим собой. Но такое общение не является коммуникацией, так как не происходит обмена информацией. Внешняя речь включает в себя диалог, монолог, устную и письменную речь. Проблема диалога является основной для изучения процесса коммуникации. Диалог – вид речи, характеризующийся зависимостью от обстановки разговора, обусловленностью предыдущими высказываниями. Выделяют следующие виды диалога: *информативный* (процесс передачи информации); *манипулятивный* (скрытое управление собеседником). Речевыми средствами манипуляции являются: эмоциональное воздействие, использование общественных норм и представлений, лингвистическая подмена информации; *полемический*; *фатический* (поддержание контакта).

В процессе коммуникации могут возникнуть коммуникативные барьеры:

1. *Логический барьер* – возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. В зависимости от того, какие виды и формы мышления преобладают в интеллекте каждого партнера, они общаются на уровне понимания или непонимания.

2. *Стилистический барьер* – несоответствие формы представления информации ее содержанию. Возникает при неправильной организации сообщения. Сообщение должно быть построено: от внимания к интересу; от интереса к основным положениям; от основных положений к возражениям и вопросам, ответам, выводам, резюмированию.

3. *Семантический (смысловой) барьер* – возникает при несоответствии лингвистического словаря со смысловой информацией, а также из-за различий в речевом поведении представителей разных культур.

4. *Фонетический барьер* – препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.). Надо говорить четко, внятно, достаточно громко.

Сущность вербального общения. Потеря информации и способы ее восполнения в вербальном общении.

Деловое общение предполагает не только и не сколько передачу эмоций, состояний, сколько передачу информации. Содержание инф-ии передается при помощи языка, т.е. принимает вербальную, или словесную форму. При этом частично искажается смысл инф-ии, частично происходит ее потеря. При передаче инф-ии нужно возникшую идею, мысль сначала словесно оформить во внутренней речи, затем перевести из внут. речи во внешнюю, т.е. высказать. Это высказывание должно быть услышано и понято. На каждом этапе происходит потери инф-ии и ее искажение. Величина этих потерь определяется и общим несовершенством чело. речи, невозможностью полно и точно восполнить мысли в словесные формы. И все же люди понимают друг друга. Понимание постоянно корректируется, поскольку общение это не просто передача инф-ии, а обмен инф-ей, предполагающей обратную связь.

Вопросы и задания:

1. Характеристика видов речевой деятельности.
2. Совершенствование навыков устной речи.
3. Техника речи.

Для подготовки к семинарскому занятию в форме ролевых игр необходимо выполнить (устно) следующие упражнения:

1. *Определите, владеете ли вы навыками человека, приятного в общении:*

- Умеете ли вы поздороваться так, чтобы вам улыбнулись в ответ?
- Умеете ли вы так прервать затянувшийся разговор, чтобы собеседник на вас не обиделся?
- Умеете ли вы шуткой разрядить обстановку, остудить закипевшие страсти?
- Умеете ли вы так отказать человеку, обратившемуся к вам с бестактной или несвоевременной просьбой, чтобы не прервать с ним отношения?
- Если с вами грубы, можете ли вы не отвечать грубостью? Способны ли вы спокойно ответить грубияну или другим способом «осадить» его?
- Умеете ли вы попроситься так, чтобы вас захотелось увидеть снова?

2. *Работа над интонацией. В ряде ситуаций деловой человек не может себе позволить открыто и резко сказать собеседнику, что он о нем думает. Однако, находясь в рамках приличий, свое отношение можно выразить интонацией. Произнести одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл средствами интонирования:*

- Рад вас видеть.
- Спасибо за работу.
- Вы такие благодарные клиенты.
- Приходите завтра.
- Приезжайте к нам еще.
- Я в восторге.
- Вы внимательные слушатели.
- Спасибо, мне очень приятно ваше внимание.

Практическое занятие 4: Виды речевой деятельности. Невербальные средства общения. Значение мимики и позы в процессе делового общения. Роль и функции жестов в профессиональной коммуникации. Как распознать обман собеседника по невербальным средствам общения. Невербальные средства общения у разных народов.

Цель: охарактеризовать виды речевой деятельности. Изучить пути совершенствования навыков

устной речи, особенности невербальных средств общения.

В результате освоения темы студент должен

знать основные виды речевой деятельности; иметь представление о вербальной и невербальной коммуникации;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения; пользоваться средствами вербальной и невербальной коммуникации.

владеть навыком распознавания жестов, мимики, пантомимики участников общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Язык мимики и жестов в деловой коммуникации. Понятие жестов и их классификация. Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе общения. Зоны и дистанции в деловой коммуникации. Организация пространственной среды в деловой коммуникации.

Визуальная (невербальная) коммуникация – передача информации посредством невербальных средств общения (жестов, мимики, телодвижений, цвета, пространственной среды и т.д.). Визуальный облик задается временем и господствующими в этот период тенденциями. Спортивные тенденции нашего века диктуют образ делового человека. Чтобы человека не воспринимали отрицательно, он обязательно должен выдавать определенную информацию невербальным способом. По невербальному поведению партнера по коммуникации мы можем определить его установку на общение. Различают следующие установки: доминирование – равенство – подчинение; заинтересованность – незаинтересованность; официальность – доверительность; закрытость – открытость.

Роль в деловой беседе средств невербального общения

Неверб. ср-ва общ. – кинесика, просодика и экстра-лингвистика, такесика, проксемика. Наиб. значимы кинес. ср-ва (поза, жест, мим., походка, взгляд и т.п.) – зрительно воспринимаемые движения др. чел., вып. выразительно-регулятивную ф-ю в общ.. К просод. и экстра-линг. явлениям относят хар-ки голоса. Просодика – это общее назв. таких ритмико-интонц. сторон речи, как высота, громкость тона, тембр, сила ударения. Экстралингв. сис-ма – это включение в речь пауз, а также разл. рода психофизиолог. проявл. чел.: плача, кашля, смеха, и т.п.. К такесич. ср-вам общ. отн. динамические прикосн. в форме рукопож., похлопывания, поцелуя. К проксемич. хар-кам отн. ориентац. партнеров в момент общ. и дистанция между ними. На эти хар-ки прямое влияние оказ. культ. и нац. факторы.

Невербальные знаки: реальность понимания и использования.

При любом контакте мы посылаем партнеру два вида сигналов – словесную информацию, выражающую содержание, и сопутствующие ей невербальные знаки, выражающие наше отношение к существу дела и к партнеру. Психологи установили, что только 20 % информации передается с помощью вербальных средств, а все остальное – невербально.

Невербальные сообщения могут быть закодированы посредством:

1. выразительных движений тела – экспрессивное поведение (позы, мимика, жесты).
2. Звукового оформления речи (громко, быстро, ритмично).
3. Определенным образом организованной микросреды (дистанции, обстановка, расположение в пространстве).
4. Использования материальных предметов, имеющих символическое значение.

Функции невербальной коммуникации по отношению к вербальным сигналам:

1. Дополнение, включая дублирование и усиление вербального сообщения.
2. Опровержение.
3. Замещение.
4. Регулирование разговора.

Вопросы и задания:

1. Невербальные средства общения.

2. Значение мимики и позы в процессе делового общения.
3. Роль и функции жестов в профессиональной коммуникации.
4. Вспомните рассказ А. Конан-Дойля «Пляшущие человечки». С помощью каких средств – вербальных или невербальных – осуществлялась коммуникация в этом случае?
5. Подготовьте сообщения-презентации на тему «Невербальные средства общения у жителей США/Японии/ Болгарии и др.» (по выбору).

РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ: ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Практическое занятие 5: Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации. Основные типы коммуникабельности людей. Эго-состояния и речевое общение.

Цель: Изучить основные типы коммуникабельности людей, особенности женского и мужского типа коммуникабельности, возрастные особенности людей и их влияние на процесс профессиональной коммуникации.

В результате освоения темы студент должен

знать основные типы коммуникабельности людей, гендерные, возрастные особенности, влияющие на профессиональное общение;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

владеть навыком распознавания основных типов коммуникабельности людей.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Тактика убеждения нередко зависит от типа собеседника. В качестве примера можно привести классификации, предлагаемые различными специалистами.

В.П. Шейнов разделяет собеседников на позитивных, вздорных, всезнаек, болтунов, трусишек, хладнокровных и неприступных, незаинтересованных, «важных птиц» и «почемучек».

Дж. Ягер выделяет следующие управленческие типы собеседников: ломака, решающий с ходу, разведчик, наставник, хвостун, рассказчик, манипулятор, ударник, скрытный, доморощенный психолог, везунчик, нытик.

А.П. Панфилова предлагает следующую классификацию деловых партнеров: мыслитель (когнитивный тип), собеседник (эмоционально-коммуникативный тип) и практик (практический тип).

В последнее время активно развивается соционика, изучающая информационное взаимодействие психики человека с окружающим миром. Основы соционики были заложены в трудах К.Г. Юнга и развиты в трудах литовской исследовательницы А. Аугустина-вичюте. В соционике на основании четырех параметров – логика, этика, сенсорики и интуиция – все люди поделены на 16 типов: «Дон Кихот», «Дюма», «Гюго», «Робеспьер/Декарт», «Гамлет», «Максим», «Жуков/Македонский», «Есенин/Тутанхамон», «Наполеон/Цезарь», «Бальзак», «Джек Лондон», «Драйзер», «Штирлиц/Холмс», «Достоевский/Ватсон», «Гексли», «Габен».

Существуют классификации, разработанные другими авторами, но все они, как и перечисленные, требуют отдельной углубленной подготовки к практическому использованию. Для успешной речевой коммуникации, особенно в сфере сервиса и туризма, предлагается упрощенная, удобная в использовании и проверенная опытом структура коммуникабельности. Основные коммуникативные типы различаются на основе преобладания следующих речевых характеристик:

- доминантность;
- мобильность;
- ригидность;
- интровертность.

Доминантный собеседник стремится завладеть инициативой в речевой коммуникации, не любит, чтобы его перебивали. Он нередко резок, насмешлив, говорит чуть громче, чем другие.

Чтобы добиться цели общения, особенно в деловой сфере, не рекомендуется перехватывать у доминантного партнера инициативу, перебивать, а также использовать выражения речевого давления («Хватит!», «Замолчи!», «Надоел!» и т. п.). Следует применить стратегию «речевого изматывания». Дождавшись паузы, быстро и четко формулировать свои интересы. Вступление в речь через паузу не выглядит внешне как перехват инициативы, хотя по существу таковым является. С каждой паузой ваша позиция становится все отчетливее, доминантный собеседник вынужден уже с ней считаться и как-то оценивать. Вы добились главного – вас внимательно слушают.

Мобильный собеседник не испытывает никаких трудностей в речевой коммуникации. Он легко входит в разговор, говорит много, охотно, нередко интересно, часто перескакивает с темы на тему, не теряется в незнакомой компании.

Это один из лучших типов для бытового общения. Однако в деловой сфере постоянное желание мобильного собеседника менять тему снижает эффективность речевой коммуникации. Поэтому следует через резюме, вопросы, выводы возвращать его к теме (кстати сказать, мобильный партнер, как правило, спокойно относится к тому, что его перебили). Иначе можно с удовольствием проговорить весь день (особенно если оба партнера мобильные) и разойтись, так и не уяснив даже основные моменты темы.

Ригидный собеседник испытывает трудности обычно при вступлении в речевую коммуникацию. Когда же этап вступления позади, ригидный собеседник четко формулирует свою позицию, логичен, рассудителен. Этот тип наиболее хорош для конструктивного делового общения.

Чтобы речевая коммуникация с ригидным партнером была продуктивной, его следует «разогреть» на начальном этапе общения. В данном случае не рекомендуется сразу переходить к предмету речевой коммуникации, предпочтительно расширить вступительную часть, поговорить на отвлеченную тему, создать ситуацию этикетного общения.

Если с мобильным партнером вы начнете речевой контакт с разговора на отвлеченную тему, то очень скоро горько пожалеете об этом. Но если с ригидным собеседником вы перейдете к теме без вступления, то вначале будете получать в ответ на ваши вопросы «возможно», «надо подумать», «как сказать» и т. п.

Интровертный собеседник не стремится владеть инициативой и готов отдать ее без особых возражений. Он нередко застенчив, скромн, склонен принижать свои возможности, не любит разговоров на интимную тему. Резкие, грубые фразы могут выбить его из колеи, а присутствие при беседе посторонних (особенно незнакомых) лиц заметно сковывает его.

Эго-состояния и речевое общение

В 60-х гг. XX в. американский психолог Э. Берн разработал модель эго-состояний (я-состояний). Согласно этой модели «человек в социальной группе в каждый момент времени обнаруживает одно из состояний Я – Родителя, Взрослого или Ребенка. Люди с разной степенью легкости могут переходить из одного состояния в другое».

Состояние Родителя. Когда человек начинает думать, говорить, действовать, чувствовать, как это делали его родители или другие люди, пользовавшиеся у него авторитетом в детстве, он попадает в состояние Родителя.

Причем неважно, действительно ли эти авторитетные для него люди вели себя именно так, как осталось в памяти. Просто, как считает Берн, «каждый носит в себе Родителя».

Состояние Взрослого. Когда человек трезво и по-деловому взвешивает факты, учитывает реальное положение вещей, использует накопленный опыт, он попадает в состояние Взрослого.

Состояние Взрослого полезно при решении различных проблем, выражении деловых отношений, участии в дискуссиях, когда необходимо анализировать различные точки зрения.

Состояние Ребенка. Когда человек действует, говорит и чувствует, как он это делал в детстве, он попадает в состояние Ребенка.

Эго-состояния проявляются через *транзакты* – любое вербальное и невербальное общение как минимум двух людей.

Следует отметить, что не бывает ни плохих, ни хороших эго-состояний. Каждое из них имеет свои преимущества и недостатки. Для успешной коммуникации необходимо стремиться свободно владеть всеми состояниями.

Вопросы и задания:

Студент должен знать основы психологии личности, иметь представление о типах темпераментах, эго-состояниях коммуникантов. Для подготовки к тренингу личностного роста необходимо выполнить следующие упражнения:

1. *Ответьте на вопрос: «Ты не дашь мне переписать лекции по речевой коммуникации?» в стиле:*

- Родителя критического;
- Родителя заботливого;
- Взрослого.
- Ребенка приспособливающегося;
- Ребенка естественного.

2. Назовите основные типы коммуникабельности людей.

3. Опишите, какие речевые характеристики преобладают в каждом коммуникативном типе собеседника.

4. Объясните, как вы понимаете значение термина «эго-состояние».

5. Расскажите, как проявляется эго-состояние человека в речевом общении.

Практическое занятие 6: Психолингвистические аспекты профессиональной коммуникации. Женский и мужской тип речи. Зоны общения. Расстановка мебели в кабинете. Повышение статуса человека за счет манипуляций с креслом.

Цель: изучить специфику национального и межнационального общения представителей разных стран (Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия).

В результате освоения темы студент должен

знать особенности межличностного общения представителей различных культур, специфику западного и восточного делового этикета;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

владеть навыком профессионального общения с представителями разных стран.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Женский и мужской тип речи. Возрастные особенности людей и их влияние на ПК. Зоны общения.

Гендерная лингвистика, или лингвистическая гендерология — это раздел лингвистики или, соответственно, раздел гендерологии, изучающий особенности речи представителей разных полов. Различают два вида гендера, или пола: биологический и социокультурный. Биологический пол — это комплекс анатомических и физиологических особенностей, позволяющих определить принадлежность индивидуума к конкретному полу. Социокультурный пол — это комплекс социальных норм, ожиданий, реакций, ценностей, формирующих отдельные черты личности. Гендерная лингвистика изучает языковые различия именно социокультурных полов, которые не всегда совпадают с биологическими. При этом прослеживаются особенности как письменной, так и устной речи.

Выбор темы. Мужчины стремятся доминировать в беседе и самостоятельно выбирать тематику диалога. При этом они тяжело переключаются на другую тему и могут не реагировать на реплики перебивающего или пытающегося свернуть на иную тропинку

собеседника, упорно продолжая придерживаться выбранной линии. Женщины переключаются с темы на тему куда легче и порой сами способствуют подобному переключению в собственной же реплике.

Окраска речи. Вопреки стереотипу, женщины говорят меньше, чем мужчины, при этом их предложения короче. Зато в чем стереотипы правы — так это в том, что женская речь куда более эмоциональна, экспрессивна и оценочна. Дамы действительно любят различные эпитеты, гиперболы, сравнения, уменьшительно-ласкательные суффиксы. Чрезмерной склонностью женщин к словам с уменьшительно-ласкательными суффиксами некоторые ученые объясняют появление ряда слов в русском языке: «Пока на пишущей машинке работал мужчина, это была машина. С начала XX века его сменила «пишбарышня» - и машина обернулась машинкой. Все старинные русские слова вроде чаша, миса, ложица, таз, тарелка, вилы именно женщина в советской речи последовательно изменила на чашку, чашечку, миску, ложечку, тазик, тарелочку, вилку, превратив уменьшительно-ласкательный суффикс -к- в обязательный знак принадлежности слова к именам существительным (обозначают вещи, существующие реально)». Для мужчин оценки менее характерны, а если они их используют, то чаще отрицательные, чем положительные. Зато многие мужчины так или иначе тяготеют к стилистически сниженной лексике.

Употребление частей речи. Говоря о применении тех или иных частей речи, ученые пока не пришли к единству, кто же употребляет больше глаголов — мужчины или женщины. Кто-то говорит, что женщины — чтобы сделать свою речь более живой, ведь живость и эмоциональность идут рядом. Кто-то говорит, что мужчины, потому что глаголами проще сделать речь четкой и динамичной, а также показать последовательность событий. Однако практически все специалисты сходятся, что женщины применяют больше прилагательных, так как ими можно передать краски, детали, оттенки, которые дамы очень любят. Насчет существительных многие ученые тоже сходны: мужские существительные абстрактны, а женские — более «приземленны», в то же время мужчины любят конкретику, а женщины порой прибегают к витиеватым фразам, различным образным синонимам. Дамы предпочитают личные местоимения — я, ты, мы, он и пр. Мужчины предпочитают дифференцировать объекты или явления, поэтому часто используют притяжательные местоимения — мой, твой, ваш, его — и притяжательные прилагательные.

Связь предложений в речи. Мужчины преимущественно употребляют подчинительную синтаксическую связь, а также придаточные времена, цели и места. Они часто выстраивают логические цепочки, иерархии, устанавливают причинно-следственную связь, и эта особенность мышления видна в данной особенности их речи. Речь женщин содержит придаточные степени сравнения и уступительные предложения. Сильный пол чаще использует приказы, а женщины — непрямые просьбы. При ответе на вопрос мужчины часто хотят получить четкий ответ, поэтому и вопрос строят довольно четко. Многие женщины и отвечают витиевато, и вопросы строят также — более открытые, чем многие мужчины.

Особенности письменной речи мужчин и женщин. В тексте мужчин много вводных слов, особенно констатирующих и вводящих логические отношения: несомненно, очевидно, следовательно. Также представители сильного пола любят раскладывать все по полочкам: «во-первых — во-вторых», «с одной стороны — с другой стороны». Как и в устной речи, мужчины употребляют много абстрактных существительных, при этом на оценки они обычно скупы и к разнообразию оценочных средств не прибегают. Восклицательные знаки мужчины ставят не очень охотно, смайлики если и используют, то в основном простые и, как правило, не слишком часто. Речь женщин более эмоциональна, наполнена определениями, дополнениями, обстоятельствами и другими яркими второстепенными членами. Для некоторых дам характерны множественные восклицательные и вопросительные знаки и поставленные в огромном количестве смайлики. Женщины, в отличие от многих мужчин не любят четкие ответы, а потому используют различные элементы неуверенности или предположительности, такие как

«может быть», «вероятно», по-моему», «возможно». В отличие от кавалеров дамы могут называть вещи не своими именами, а использовать различные оценочные, образные синонимы, эвфемизмы и т.д.

Таким образом, мужчины и женщины, по-разному воспринимая мир и себя в нём, различно оценивая одно и то же, в прямом смысле слова говорят на разных языках, когда выражают свои мысли, чувства, эмоции. Этим вызваны многие коммуникативные неудачи между лицами противоположного пола. Грамотность в общении с противоположным полом - важная составляющая коммуникативной грамотности человека, предполагающая, что мужчины должны знать и учитывать особенности женского поведения и общения, женщины - мужского.

Сопоставление характеристик речи мужчин и женщин позволяет сделать следующие выводы:

- 1) Женщины больше, чем мужчины подчёркивают отношения с противоположным полом.
- 2) Женщины вообще больше интересуются другими людьми, чем мужчины.
- 3) Женщин больше, чем мужчин, интересует место действия, качества людей, предметов.
- 4) Женщины больше интересуются настоящим и будущим, мужчины - прошлым.
- 5) Женщины уделяют больше, чем мужчины внимания содержанию того, что они хотят сообщить собеседнику.
- 6) Женщины в переговорах более удачливы, нежели мужчины.

Вопросы и задания:

1. Предложите прочитать интересную книгу по психолингвистике от имени:

- женщины средних лет;
- мужчины-преподавателя;
- девушки;
- молодого человека.

2. (Работа в паре). Разыграйте ситуации общения, например: вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это:

- А) молодая симпатичная девушка;
- Б) женщина средних лет, которая стремится выглядеть моложе;
- В) сурового вида старушка.

Предложите собственные варианты, обыграйте их.

3. Приведите характерные черты речи своих друзей, родственников, знакомых, присущие чаще всего речи женщин/мужчин.

Практическое занятие 7: Основы межкультурной коммуникации. Национальные особенности и их влияние на профессиональную коммуникацию.

Цель: Изучить основы речевого этикета в профессиональной коммуникации, этикетные формулы типичных ситуаций. Познакомиться с этикой пользования телефонами.

В результате освоения темы студент должен

знать основы делового этикета, этикетные формулы деловой коммуникации;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

владеть навыком делового общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

На сегодняшний день 40 % глобального валового продукта производится совместными предприятиями, что является причиной появления трудности в определении национальной принадлежности товаров и услуг. Продукт может быть произведен в одной стране по технологии другой с участием специалистов из третьих, четвертых и продан во многих других странах мира. Интернационализация экономики, ее глобализация, превращение в единую взаимосвязанную систему – очевидные характеристики начала XXI века. Международное сотрудничество – занятие, чреватое осложнениями, особенно когда речь идет о совместных предприятиях или длительных деловых переговорах, и кросс-культурная грамотность важна для всех, желающих избежать коллизий и конфликтов с партнерами других национальностей по причине собственного невежества.

В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые переговоры. Умение общаться с деловым партнером, понимание психологии другого человека, интересов другой организации можно считать одним из определяющих факторов в процессе ведения переговоров. Деловые переговоры осуществляется в вербальной форме (англ. verbal - словесный, устный). Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, важную роль играет, какими жестами, мимикой сопровождается речь (невербальное общение). Особую важность знание невербальных аспектов общения приобретает при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии. При этом возникает ряд принципиальных вопросов: на какие образцы и стандарты поведения, следует ориентироваться? Какие особенности, привычки, ритуалы, обычаи других культур следует воспринимать как неизбежное, а каким надо учиться или просто нейтрализовать?

Понятие и сущность делового общения. Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Деловой этикет включает в себя две группы правил:

- нормы, действующие в сфере общения между равными по статусу, членами одного коллектива (горизонтальные);
- наставления, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий. Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета – разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, «здравствуйте», «будьте добры», «разрешите принести извинения», «счастлив, познакомиться с Вами»). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Чтобы общение как взаимодействие происходило беспроблемно, оно должно состоять из следующих этапов:

- Установка контакта (знакомство). Предполагает понимание другого человека, представление себя другому человеку;
- Ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- Обсуждение интересующей проблемы;
- Решение проблемы.
- Завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Национальный стиль делового общения. В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Национальные особенности имеют значение в переговорном процессе, а степень их значимости различна в каждом конкретном случае. Шведский исследователь К. Йонссон отмечает, что обычно при значительном совпадении интересов сторон, то есть при сотрудничестве,

национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль. Национальные особенности влияют на деловые отношения не только при конфликте сторон. Пример из практики одной из западноевропейских фармацевтических компаний. Она решила поставить партию нового болеутоляющего препарата в арабские страны. Препарат хорошо раскупался на европейском континенте, что позволило компании рассчитывать на успех. Для рекламы в Европе использовались три картинки: на первой была изображена женщина, кричащая от боли, на второй – она же принимала лекарство, на третьей – после приема препарата боль прошла, и женщина изображалась в расслабленном, спокойном состоянии. Рекламу, которая не требовала пояснений, решили оставить. Через некоторое время обнаружили, что препарат вообще не покупается в арабских странах. О том, что там читают справа налево, разумеется, знали, но о том, что это относится и к картинкам, просто не подумали. Без учета культурной специфики смысл рекламы оказался прямо противоположным: женщина принимает предлагаемое лекарство, после чего кричит от боли. Итак, участники международного общения придерживаются единых норм и правил, тем не менее, национальные и культурные особенности могут оказаться весьма значимыми при деловых отношениях. Во-первых, под национальными стилями, как правило, понимаются стили, типичные скорее для тех или иных стран, а не определенных национальностей. Так, китаец, живущий в США и ведущий переговоры от американской компании, в определенной мере может сохранить черты, присущие китайскому национальному характеру, и это будет влиять на его поведение на переговорах. Однако в целом его стиль ведения переговоров будет скорее американским, поскольку на формирование переговорного стиля в большей степени оказывают те условия, в которых человек работает и то, от имени какой страны он ведет переговоры. Во-вторых, необходимо учитывать, что практически невозможно «абсолютно объективно описать» национальный стиль делового общения. Всегда работают устоявшиеся стереотипы национальных черт тех или иных народов. В-третьих, национальный стиль – это наиболее распространенные, наиболее вероятные особенности мышления, восприятия поведения. Они не будут обязательными чертами, характерными для всех представителей описываемой страны, а только типичными для них. Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.

Основные мировые культурные типы. Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл. Это определяет особенности их поведения, которое часто представляется нам иррациональным и противоположным тому, что мы считаем очевидным. Практическое знание базовых черт других культур сводит к минимуму неприятные сюрпризы (культурный шок), дает необходимое понимание, которое позволяет преодолеть трудности общения с представителями других стран. Выявление национальных особенностей сродни хождению по минному полю неточных предположений и неожиданных исключений. Можно встретить вспыльчивых финнов, медлительных итальянцев, осмотрительных американцев и харизматичных японцев. Тем не менее, существует и некая национальная норма. Например, итальянцы, как правило, более словоохотливы, чем финны. Разговорчивые финны и молчаливые итальянцы выделяются на общем фоне соотечественников. С точки зрения конкретной национальной черты, таких необычных индивидов можно рассматривать как отклонение от нормы. Разумеется, американцы сильно отличаются друг от друга и нельзя найти двух одинаковых итальянцев. Тем не менее, жители многих стран придерживаются определенных взглядов на жизнь и представлений об окружающей действительности, что непременно проявляется в их поведении. Правда, культура как выражение специфического мировоззрения не является сугубо национальным явлением. В некоторых странах региональные особенности столь сильны, что отодвигают национальные черты на второй план. В некоторых случаях города отличаются столь сильной культурной индивидуальностью, что она выходит за пределы региональных особенностей. Культурные ценности не могут быть хорошими или плохими, логичными

или иррациональными, как не может быть и общего мнения по поводу вкуса. Британец, американец и китаец – все считают себя разумными и нормальными людьми.

Исследователь межнационального общения Ричард Льюис считает, что по способу организации такого объективного измерения реальности, как время, все культуры мира делятся на 3 типа: моноактивные, полиактивные и реактивные. Моноактивные – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент. Типичными представителями являются англосаксы: американцы, англичане, немцы, северные европейцы, методично, последовательно и пунктуально организующие свое время и жизнедеятельность. Полиактивные – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного мероприятия в данный момент. У них принято делать одновременно несколько дел (нередко, не доводя их до конца). Типичными представителями выступают латиноамериканцы, южные европейцы и арабы. Реактивные – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Представители этой категории – китайцы, японцы и финны. Когда люди, принадлежащие к моноактивной культуре, работают вместе с людьми культуры полиактивной, они испытывают взаимное раздражение. Полиактивные люди уверены, что наиболее продуктивен именно их способ действий. Полиактивных людей не очень заботят расписания и пунктуальность. Они делают вид, что соблюдают их, особенно если на этом настаивают моноактивные партнеры, но считают, что реальность важнее, чем распорядок, устанавливаемый человеком. Полиактивные люди не любят обрывать беседу на полуслове. Для них завершить межличностное взаимодействие – наилучшая форма инвестирования времени. Все это прямо противоположно представлениям моноактивных людей. До тех пор пока одна сторона не приспособится к другой – а это удастся редко, – будут возникать постоянные конфликты.

Ричард Льюис в своей книге «Деловые культуры в международном бизнесе от столкновения к взаимопониманию» приводит такой пример: «Моему другу, продюсеру Би-би-си, приходилось часто бывать в Европе, чтобы увидеться с представителями корпорации в других странах. В Дании и Германии такие встречи никогда не вызывали осложнений, но в Греции он всегда испытывал затруднения. Греческий агент был популярным в Афинах человеком и каждый день встречался с таким количеством людей, что постоянно сдвигал свой график. Мой друг обычно пропускал назначенную встречу или по три-четыре часа ждал, пока тот не появится. В конце концов после нескольких поездок продюсер адаптировался к полиактивной культуре. Он просто приходил поздним утром к секретарю агента и узнавал его план на этот день. Если грек проводил большинство встреч в номерах отелей и барах, то продюсер Би-би-си поджидал его в холле гостиницы или перехватывал его, мчащегося с одной встречи на другую. Полиактивный грек был счастлив видеть его и без всяких колебаний уделял ему полчаса, опаздывая из-за этого на свою следующую встречу».

Вопросы и задания:

1. *Объясните значение термина «интернационализация экономики», какое отношение он имеет к речевой коммуникации?*
2. *Каково значение национальных особенностей в сфере деловых отношений?*
3. *Что такое основные мировые культурные типы?*

Практическое занятие 8: Основы межкультурной коммуникации. Национальное и межнациональное общение: Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия. Особенности ведения переговоров представителей ... с представителями ... (страны – по выбору студента).

Цель: Изучить основы речевого этикета в профессиональной коммуникации, этикетные формулы типичных ситуаций. Познакомиться с этикой пользования телефонами.

В результате освоения темы студент должен

знать основы делового этикета, этикетные формулы деловой коммуникации;

уметь выбирать языковые средства в соответствии с ситуацией общения;

владеть навыком делового общения.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Национальные особенности и их влияние на профессиональную коммуникацию. Национальное и межнациональное общение: Япония, Китай, Германия, Италия, Франция, США, Россия.

Межкультурная коммуникация (МКК) представляет собой особый раздел общей теории коммуникации, исследующий — в теоретическом и практическом отношении — коммуникативное взаимодействие представителей разных культур.

Деловое международное общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения народов, представителей разных стран.

При налаживании деловых контактов с зарубежными партнерами и поездках за границу следует обязательно ознакомиться с обычаями и этикетом этих стран.

Американский стиль ведения переговоров

Для американцев характерны позитивный настрой, энтузиазм и энергичность, внешнее проявление дружелюбия и открытости. Они предпочитают раскрепощенную, не слишком официальную атмосферу, ценят юмор и хорошо реагируют на него. Как правило, у американцев бывает хорошо проработанная сильная позиция, и это сказывается на манере ведения переговоров. Часто американцы исходят из того, что партнер по переговорам должен руководствоваться теми же критериями, подходами, правилами, что и они. В этой связи им бывает сложно увидеть проблему партнера и понять ее. В результате возможно возникновение непонимания между участниками переговоров.

Французский стиль ведения переговоров Переговоры с французскими предпринимателями значительно отличаются более медленным темпом, чем, например, с американскими предпринимателями. В отличие от американских бизнесменов французские стараются избегать рискованных финансовых операций. Они не сразу позволяют убедить себя в целесообразности сделанного предложения, предпочитая аргументированно и всесторонне обсудить каждую деталь предстоящей сделки.

Немецкий стиль ведения переговоров Если вы сомневаетесь в том, что сможете соблюсти все условия и сроки договоренностей с немецкими коллегами, лучше заранее отказаться от своих предложений. Так как немцы очень аккуратны и щепетильны, отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, рациональностью, организованностью, педантичностью, скептичностью, серьезностью, расчетливостью, стремлением к упорядоченности, пунктуальность и строгая регламентация сказываются везде.

Английский стиль ведения переговоров В отличие от немцев англичане в меньшей степени уделяют внимание вопросам подготовки к переговорам, они подходят к ним с большой долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах и может быть найдено оптимальное решение. При этом они достаточно гибки и охотно отвечают на инициативу партнера. Особенностью англичан является умение избегать острых углов во время переговоров.

Итальянский стиль ведения переговоров Практика ведения деловых переговоров отвечает аналогичным нормам большинства европейских стран. Некоторые различия проявляются в поведении представителей крупных и мелких фирм. Последние, как правило, более энергичны и активны на первых этапах установления контактов, стремятся не затягивать решения организационных и формальных вопросов, охотно идут на альтернативные варианты решений. Итальянцы экспансивны, горячи, порывисты, отличаются большой общительностью.

Испанский стиль ведения переговоров Стиль ведения переговоров с представителями испанских фирм менее динамичен, чем с американскими. Так же, как и предприниматели других стран, испанские бизнесмены большое значение придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими практически равное положение в деловом мире или обществе. По своему характеру испанцы серьезны, открыты, галантны, человечны, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде.

Шведский стиль ведения переговоров Шведская деловая этика наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К ее характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность, серьезность, основательность, порядочность и надежность в отношениях. Шведы придерживаются традиционных взглядов на одежду делового человека, предпочитая классический стиль. Для мужчин это темный, обычно синий в мелкую полоску или серый костюм. Для женщин – более или менее строгий, не очень яркий костюм или не слишком вычурное платье.

Китайский стиль ведения переговоров Стиль ведения переговоров с китайскими партнерами отличается длительностью – от нескольких дней до нескольких месяцев. Это объясняется тем, что китайцы никогда не принимают решений без досконального изучения всех аспектов. Если вы хотите сберечь свое время и сократить сроки проработки вашего предложения, направьте его подробное и конкретное описание за 3–4 недели до командировки.

Японский стиль ведения переговоров В Японии, как и в странах с другими культурными традициями, чаще всего в деловые отношения вступают люди, знающие друг друга. Звонки без предварительной договоренности и письма, посланные без предварительного представления отправителя, не срабатывают. Вы должны организовать представление вашей компании, а затем точно, без отклонений, следовать тщательно разработанной последовательности действий.

Корейский стиль ведения переговоров К установлению деловых отношений корейцы подходят иначе, чем в странах Запада. Трудно наладить контакт путем прямого обращения к южнокорейской фирме в письменном виде. Желательна личная встреча, договориться о которой лучше всего через посредника. Ваш посредник, хорошо знакомый с вашими будущими партнерами, представит вашу организацию, расскажет о ваших предложениях, о вашем личном статусе на фирме и т. д. Корейцы открытые, общительные, очень вежливые и хорошо воспитанные люди. Поэтому будет уместным помнить, что теплое отношение к вам может и не означать, что вам удалось так уж заинтересовать ваших партнеров своими предложениями. Они просто проявляют вежливость, и вы должны отвечать тем же.

Арабский стиль ведения переговоров Каждая арабская страна имеет свою специфику. В качестве общих черт многие исследователи отмечают национальную гордость и осознание исторической значимости, восприятие необходимости сильного лидера и достаточно развитые бюрократические традиции. Арабские участники переговоров внимательно относятся к личности своего партнера и его отношению к общеарабским ценностям, как правило, стремятся установить с ним доверительные отношения. Они также предпочитают проводить предварительную проработку тех или иных деталей, обсуждаемых на переговорах вопросов.

Начиная переговоры с любыми представителями Запада или Востока, нужно учитывать, что трудности на переговорах часто происходят из-за различий в ожиданиях, которые нередко обусловлены различиями в национальных культурах участников переговоров.

При этом следует отметить, что при совпадении интересов сторон национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть существенную роль. Знание национальной специфики ведения переговоров поможет избежать ошибок восприятия и произвести более благородное впечатление на партнера, установить с ним долгосрочные партнерские отношения.

Вопросы и задания:

1. Напишите доклад об особенностях коммуникативного поведения в разных странах мира

(по выбору студента) в соответствии с требованиями (см. Приложение 1).

2. Для подготовки к тренингам в форме ролевых игр необходимо выполнить следующее упражнение: *(Работа в паре). «Общение по телефону»*.

Слушатели разбиваются на пары и располагаются спиной друг к другу для имитации телефонного общения. Один представляет собой человека, которому нужно договориться по телефону о встрече, другой – иностранца, достаточно свободно говорящего по-русски. Задача заинтересованной стороны – договориться о встрече с гостем из-за рубежа.

Практическое занятие 9: Деловой этикет в профессиональной коммуникации. Речевой этикет в профессиональной коммуникации. Этические принципы речевого поведения.

Цель: Дать классификацию конфликтов, изучить стадии конфликта, его структуру, стратегии поведения в конфликтной ситуации.

В результате освоения темы студент должен

знать классификацию конфликтов, стадии конфликта, его структуру, стратегии поведения в конфликтной ситуации;

уметь выбирать тактику поведения в конфликтной ситуации;

владеть навыком поведения в конфликтной ситуации.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Деловой этикет - это свод правил, определяющих культуру взаимоотношений между теми, кто занят или предполагает заняться совместной деятельностью.

Деловой этикет затрагивает все стороны делового взаимодействия. Он включает правила общения между коллегами, между руководителями и подчиненными; нормы приличия при проведении официальных встреч; условия ведения продуктивных телефонных переговоров; правила оформления деловой документации.

К основным требованиям этикета, определяющим тактику повседневных действий и поступков, относят: вежливость; галантность; предупредительность; корректность; терпимость; скромность; тактичность; обязательность, точность. Все они взаимосвязаны, и каждый из них вносит свои акценты и нюансы во взаимоотношения.

Деловой этикет проявляется в умении презентовать себя, в такте, доброжелательности, способности проявлять эмпатию; в культуре устной и письменной речи; в следовании правилам телефонных переговоров и телекоммуникаций; в способности эффективно управлять на основе правил делового менеджмента; в овладении секретами деловых переговоров; в самообладании и чувстве собственного достоинства в конфликтных ситуациях.

Основная функция или смысл этикета, определяют как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. Второй по значению функцией этикета является функция удобства, то есть целесообразность и практичность.

В цивилизованном мире деловой этикет считается экономической категорией. Там, где присутствует этикет, выше производительность, лучше результаты. Правила делового этикета обеспечивают эффективность переговоров, помогают достичь взаимопонимания в общем деле, наиболее благоприятно представить себя при деловой встрече, с достоинством выйти из критической, конфликтной ситуации. Кроме того, этикет в силу своей жизненности создает приятный психологический климат, способствующий деловым контактам.

Переговоры – специфический вид деловой коммуникации, имеющий свои правила и закономерности, использующий разнообразные пути к достижению соглашения, совместный анализ проблем. Цель переговоров – достижение согласованного и устраивающего все стороны решения.

Переговоры начинаются задолго до того, как стороны сядут за стол и их участники приступят к обсуждению вопросов. К переговорам необходимо всегда готовиться.

Подготовка к переговорам – это первая стадия переговорного процесса и от того, как она будет проведена, во многом зависят результаты переговоров и принятые на них решения.

Деловые совещания, как показывает практика деловой жизни, более эффективны, чем просто административные решения узкого круга управленцев. Но плохо подготовленные и плохо проведённые совещания, созываемые по каждому поводу, наносят большой вред, так как они пожирают время сотрудников, отвлекая их от основной работы, и вырабатывают несерьёзное, даже пренебрежительное отношение к совещаниям со стороны подчинённых.

В сегодняшней деловой жизни **конференции** являются довольно распространённым и обыденным событием. Они организуются и проводятся для обсуждения спорных вопросов или вопросов, которые актуальны и интересны всем участникам.

Презентацией называется официальное мероприятие, представляющее общественности новую фирму или новый продукт, или ещё какое-то другое новое достижение организации. Любая презентация имеет цель: расширение рынка сбыта, поиск новых партнёров, развитие бизнеса и т. д.

Этикет деловой переписки

В понятие «официальная переписка» входит любое письмо или другая форма корреспонденции, направляемые любым официальным лицом от своего имени и в силу занимаемого им поста.

Всю официальную корреспонденцию можно разделить на два основных вида:

- официальная переписка между государственными организациями различных стран, иностранными представительствами и их должностными лицами (ноты, меморандумы, памятные записки). В основном этот вид корреспонденции используется в дипломатической практике;

- деловые (коммерческие) письма, имеющие часто полуофициальный характер и широко применяемые при организации деловых контактов между фирмами, организациями.

Вопросы и задания:

1. Речевой этикет в профессиональной коммуникации.
2. Этические принципы речевого поведения.
3. Этика и сфера общения.
4. Манеры человека в деловой обстановке.

7. Для подготовки к данному семинару на основе кейс-методов необходимо выполнить следующее упражнение:

Какие этикетные фразы вы используете для вежливой формы отказа? Запишите 3 -5 вариантов.

- 1) принять предложение;
- 2) выслать новые каталоги;
- 3) принять посетителя.

Практическое занятие 10: Деловой этикет в профессиональной коммуникации. Этика и сфера общения. Манеры человека в деловой обстановке. Этикетные формулы типичных ситуаций. Этика пользования телефонами.

Цель: Рассмотреть основные типы коммуникативных ситуаций: деловая беседа, пресс-конференция, деловые совещания, деловые переговоры.

В результате освоения темы студент должен
знать основные типы коммуникативных ситуаций ;

уметь выбирать тактику поведения в различных коммуникативных ситуациях;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Этикет телефонного разговора

В современной деловой жизни умение правильно и эффективно говорить по телефону не менее важно, чем деловая переписка. Часто именно телефонный разговор закладывает основы будущего успешного делового сотрудничества, т.к. выступает визитной карточкой организации или делового партнёра. Разговор по телефону имеет свои важные особенности. В этом разговоре не имеет значение внешний вид, обстановка вокруг собеседников. Главное значение придаётся речевой культуре беседующих людей и звучанию их голосов.

Правила «мобильного» этикета

В некоторых развитых странах правила этикета при использовании телефонов транслируются обществу мобильными операторами и производителями в виде рекламы. Тем временем, пока до нас данная прекрасная тенденция ещё не добралась, давайте постараемся самостоятельно исправить ситуацию, изучив правила новейшего этикета в отношении мобильной связи и начав им следовать:

1. Не совершайте и не принимайте звонков в общественных местах и транспорте. Если всё же возникла необходимость позвонить или ответить на срочный вызов — отойдите в более уединенное место, говорите вполголоса, кратко и по делу.

2. Выбирайте спокойные и нейтральные рингтоны.

3. Отключите звук нажатия клавиш.

4. Включайте автоответчик, приходя на формальное мероприятие, в кино, театр, музей, галерею, филармонию. Автоответчик в данной ситуации удобнее беззвучного режима, так как звонящие вам люди, вместо того чтобы тратить время на повторные звонки, могут сразу же оставить сообщение.

5. Мобильные контакты ваших друзей и знакомых можно передавать третьим лицам только с согласия первых.

6. Приемлемое время звонка — с 8 до 22 часов.

7. Перезванивать на незнакомый пропущенный номер необязательно, а порой и небезопасно.

8. Если ситуация позволяет — предпочтительнее написать сообщение в бесплатный мессенджер, чем звонить, так как зачастую человеку удобнее ответить на сообщение в мессенджере, чем на звонок (исключение — общение с близкими, а также пожилыми людьми).

9. Не оставляйте личный телефон на рабочем месте: звонки, поступающие на него, могут раздражать и отвлекать от работы ваших коллег.

10. Желательно никогда не использовать в работе свой личный номер телефона (иногда сотрудники совершают подобную ошибку, желая сделать максимально удобным контакт с лучшими клиентами; в результате им приходится принимать рабочие звонки по выходным, во время отпуска, а иногда и после увольнения). Подобное поведение размывает границы делового общения.

11. Совершая деловой звонок, не нужно спрашивать вашего собеседника, есть ли у него «минутка», «5 минут», или удобно ли ему разговаривать: этим вы только озадачиваете собеседника и отнимаете время (может быть, для того, чтобы решить какой-то определенный вопрос, человек готов отвлечься от текущих важных дел; а обсуждать прочие нюансы у него на данный момент нет возможности). Если у человека нет ни минуты на разговор — он, скорее всего, не ответит на ваш звонок; лучше будьте как можно более лаконичны в изложении сути дела и конкретны в своём вопросе.

12. Если вы сами оказались в ситуации, когда нет времени ответить на звонок — у вас есть два приемлемых варианта: Не отвечать и перезвонить позже. Если вам звонит начальник или кто-либо из вышестоящего руководства, этот вариант более предпочтителен. Ответив, сразу же сообщить собеседнику, что у вас нет возможности говорить (и указать время, в которое вы сможете перезвонить). Ни в коем случае не нужно отвечать и выслушивать вопрос собеседника только для того, чтобы в ответ сообщить, что вам сейчас неудобно говорить. (Неудобно говорить — так не говорите! Но ответить, выслушать вопрос, чтобы затем оборвать разговор — невежливо.)

13. Использование музыки вместо гудка — достаточно спорно, особенно в деловой среде; а использование гудков-розыгрышей и вовсе непозволительно. Прежде чем установить мелодию вместо гудка, задумайтесь, насколько уместна она будет в том случае, если вам позвонит деловой партнёр, работодатель, соискатель, мама вашего ученика, отец вашей девушки.

14. Даже если вы ожидаете важного звонка, невежливо класть телефон на стол (иногда исключением может быть лишь ваше рабочее место, а также шумные заведения).

15. Если звонок прерывается — перезванивает тот, кто звонил.

16. Звонок, продолжающийся после 5 гудков, равно как и повторный звонок после одного ранее не отвеченного звонка, считается навязчивым (если вам не ответили, звонить повторно допустимо по истечению двух часов).

17. Переключаться на вторую линию уместно лишь в том случае, когда входящий со второй линии звонок чрезвычайно важен, и всегда предварительно извинившись перед собеседником.

18. Находясь в компании, постарайтесь не отвлекаться на звонки и сообщения по мобильному, если в этом нет крайней необходимости.

19. Используйте надёжный пароль; в случае кражи или утери вашего телефона удаленно заблокируйте его (для этого нужно заранее включить на нём функцию удаленного управления): этим вы убережете не только себя, но и людей из списка ваших контактов от возможных действий злоумышленников.

20. При обнаружении чужого потерянного телефона ни в коем случае не выключайте его. Найдите в списке контактов «мама», «папа», «сестра» и позвоните, чтобы сообщить о находке. Таким образом вы поможете владельцу телефона быстрее его вернуть. Помните: требовать вознаграждение за найденный телефон — незаконно.

21. Разговоры по громкой связи неприемлемы в обществе. Исключение — случаи, когда подобного разговора требует ситуация (например, деловые переговоры в офисе).

22. Если вы любите смотреть видео или слушать музыку — в общественных местах всегда используйте наушники; в то же время следите за тем, чтобы вам было слышно всё, что происходит вокруг вас: к вам могут обратиться с просьбой или вопросом, не говоря уже о чрезвычайных ситуациях.

23. Пользоваться портативными динамиками можно только там, где ваша музыка не потревожит других людей, а именно: у себя дома; редко — на пикнике или на даче (но только при условии, что вашу музыку или радио никто кроме вас и вашей компании не слышит). Использование портативных колонок в транспорте и общественных местах является грубым вторжением в чужое личное пространство.

Вопросы и задания:

1. *В чем заключается этика пользования телефонами в деловой сфере.*

2. *Какие правила «мобильного» этикета наиболее важны?*

3. *Понаблюдайте за людьми вокруг. Каким образом они нарушают «мобильный» этикет? Не повторяйте их ошибок.*

4. *Вы опоздали на зачёт по теории речевой коммуникации. Вам нужно узнать, когда и где можно найти преподавателя. Разыграйте разговор с преподавателем по телефону. Какие этикетные фразы вы будете использовать?*

Практическое занятие 11: Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде. Классификация конфликтов. Стадии и структура конфликта. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.

Цель: Рассмотреть основные типы коммуникативных ситуаций: деловая беседа, пресс-конференция, деловые совещания, деловые переговоры.

В результате освоения темы студент должен

знать основные типы коммуникативных ситуаций ;

уметь выбирать тактику поведения в различных коммуникативных ситуациях;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5,

Теоретическая часть:

Конфликт – это столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений и взглядов двух или нескольких людей.

Виды конфликтов:**Внутриличностный конфликт.**

Здесь участниками конфликта являются не люди, а различные психологические факторы внутреннего мира личности, часто кажущиеся или являющиеся несовместимыми: потребности, мотивы, ценности, чувства и т. п.

Одна из наиболее распространенных форм – это ролевой конфликт, когда различные роли человека предъявляют к нему противоречивые требования. Например, будучи хорошим семьянином (роль отца, матери, мужа, жены и т. п.), человек должен вечера проводить дома, а положение руководителя может обязать его задержаться на работе. **Межличностный конфликт.** Это самый распространенный тип конфликта. В организациях он проявляется по-разному. Чаще всего — это борьба за ограниченные ресурсы: материальные средства, производственные площади, время использования оборудования, рабочую силу и т. д. Каждый считает, что в ресурсах нуждается именно он, а не другой.

Конфликт между личностью и группой. Неформальные группы устанавливают свои нормы поведения, общения. Каждый член такой группы должен их соблюдать. Отступление от принятых норм группа рассматривает как негативное явление, возникает конфликт между личностью и группой. Другой распространенный конфликт этого типа – конфликт между группой и руководителем.

Межгрупповой конфликт. Организация состоит из множества формальных и неформальных групп, между которыми могут возникать конфликты. Например, между руководством и исполнителями, между работниками различных подразделений, между неформальными группами внутри подразделений, между администрацией и профсоюзом.

Социальный конфликт – это «ситуация, когда стороны (субъекты) взаимодействия преследуют какие-то свои цели, которые противоречат или взаимно исключают друг друга». Социальный конфликт – это сложное явление, включающее несколько аспектов. Но именно наличие противоборствующих сторон со своими потребностями, интересами и целями является основой конфликта, его осевой линией.

5 стратегий поведения в конфликте:**1. Избегание** (уход от решения ситуации)

Стратегия ухода отличается стремлением уйти от конфликта. Такое поведение бывает, если предмет конфликта не имеет существенного значения. Как правило, это взаимная уступка, т.е. обе стороны готовы избежать ситуации спора, чтобы сохранить отношения.

2. Уступка

Человек, придерживающийся данной стратегии, так же как и в предыдущем случае, стремится уйти от конфликта. Но причины «ухода» в этом случае иные. Человек, принимающий стратегию уступки, жертвует личными интересами в пользу интересов соперника. Это может быть связано с психологическими особенностями человека – неспособностью и нежеланием вступать в конфронтацию. На уступки можно пойти из-за неадекватной оценки предмета конфликта – занижение его ценности для себя. В этом случае принятая стратегия является самообманом и не ведет к разрешению конфликта. А иногда уступка может оказаться лишь тактическим шагом на пути достижения главной стратегической цели – отдать малое, чтобы выиграть большее. При всех выделенных особенностях стратегии уступки важно иметь в виду, что она оправдана в тех случаях, когда условия для разрешения конфликта не созрели. И в этом случае она ведет к временному «перемирию» на пути конструктивного разрешения конфликтной ситуации.

3. Соперничество (принуждение)

Выбор стратегии принуждения в конечном итоге сводится к выбору: либо выигрыш, либо сохранение отношений. Каждый из участников отстаивает только свои

интересы, не считаясь с интересами другого. При такой стратегии активно используются власть, сила закона, авторитет, манипуляции и т. д. Таким способом можно разрешить конфликтную ситуацию, если предмет спора действительно очень важен для одного из участников и ради этого стоит пойти на риск. Однако, в большинстве случаев даже, если вопрос решается, проигравшая сторона все равно пребывает в состоянии скрытого конфликта и это обязательно проявится в другой ситуации.

4. Компромисс

При компромиссе ни одна из конфликтующих сторон не получает удовлетворения сполна – каждый вынужден в чем-то поступиться своими интересами. Зато отношения вроде бы сохранены! Мнение, что компромисс – лучшее решение конфликта, довольно распространено. Однако в большинстве случаев компромисс, нельзя рассматривать как способ разрешения конфликта. Это лишь этап на пути поиска приемлемого решения проблемы.

5. Сотрудничество

Стратегия сотрудничества характеризуется высоким уровнем ориентации как на собственные интересы, так и на интересы соперника. Этот подход базируется на удовлетворении интересов обеих сторон и сохранении межличностных отношений. Особое место в выборе данной стратегии занимает предмет конфликта. Если предмет конфликта имеет жизненно важное значение для одной или обеих сторон, то о сотрудничестве не может быть и речи. Сотрудничество – самый сложный, но и самый выгодный путь решения конфликта. Только в этом случае есть полное удовлетворение сторон и уверенность в том, что конфликт действительно решен, а не запрятан до поры до времени в дальний угол.

Профилактика конфликтных ситуаций.

Правильный подбор и расстановка кадров, учитывая профессиональные и психологические качества; авторитет руководителя, позитивное признание его заслуг; позитивные традиции в коллективе, носителями которых является большая часть сотрудников.

Меры и средства предотвращения и ликвидации конфликта:

Строгое соблюдение основных правил ведения дискуссии:

Следует уделять внимание анализу возможных противоречий, предпосылок конфликта, определению возможных оппонентов и их вероятных позиций.

Также существует перечень правил, который дает ориентиры для линии поведения, которая противодействует возникновению серьезных конфликтов:

Признавать друг друга.

Слушать, не перебивая.

Демонстрировать понимание роли другого.

Четко формулировать предмет обсуждения.

Устанавливать общие точки зрения.

Выяснить, что вас разъединяет.

После этого снова описать содержание конфликта.

Искать общее решение.

Вопросы и задания:

1. Классификация конфликтов.
2. Стадии и структура конфликта.
3. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.
4. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения.
5. *Разыграйте ситуации «Опоздание» (по условию, опоздание столь значительно, что ожидающий уже выведен из терпения):*
 - а) свидание с другом;
 - б) дома после обещанного срока возвращения;
 - в) на деловой встрече.

Справка: бесконфликтный выход из создавшейся ситуации получается в том случае, если удастся занять психологическую позицию и стимулировать психологическую позицию партнера следующим образом:

- а) Ребенок – Ребенок;*
- б) Ребенок – Родитель;*
- в) Взрослый – Взрослый.*

Практическое занятие 12: Конфликтные ситуации и споры в профессиональной среде. Спор, полемика, дебаты: психологические аспекты убеждения; психологические аспекты внушения.

Цель: Рассмотреть основные типы коммуникативных ситуаций: деловая беседа, пресс-конференция, деловые совещания, деловые переговоры.

В результате освоения темы студент должен

знать основные типы коммуникативных ситуаций ;

уметь выбирать тактику поведения в различных коммуникативных ситуациях;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

В полемике нередко одерживает верх не тот, на чьей стороне истина, а тот, кто умеет быстро и точно анализировать речь оппонента, быстро реагировать на нее и продуктивно организовывать свою речь. С другой стороны, необходимо находить такую форму выражения, которая была бы убедительна именно для того, кого убеждаешь. В каждой ситуации общения используется своя стратегия. Под *стратегией* в данном случае понимается осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия в интересах достижения цели общения. Стратегия общения реализуется в *речевых тактиках*, под которыми понимаются речевые приемы, позволяющие достичь поставленных целей в конкретной ситуации. К проблемам речевых тактик в последние годы обращается все больше ученых. В ситуациях бытового общения действуют одни речевые тактики, в деловой сфере – другие. Речевые тактики используются как в монологической, так и в диалогической речи. При этом стратегической целью их использования может быть не только убеждение, но и получение максимума информации по теме общения либо о собеседнике, налаживание контакта с будущим клиентом, речевое тестирование, позитивная самопрезентация и др. Использование речевых тактик в диалогическом общении усложнено тем, что ход диалога не может быть запланирован заранее во всех деталях, как это возможно при подготовке к монологической речи, потому что неизвестно речевое поведение собеседника на той или иной стадии развития беседы. Для специалиста по сервису и туризму, социального работника особенно важно умение использовать речевые тактики именно в диалогическом общении. Вступая в контакт с незнакомым ему человеком в процессе оказания услуги, он зачастую не знает ни его систему знаний, ни его социальный статус и т. д. Как сделать диалог плодотворным? Во-первых, уметь использовать разнообразные и уместные речевые тактики, во-вторых, уметь распознавать речевые тактики собеседника и быстро реагировать на них. Если стратегической целью является получение максимума информации, можно применить речевую тактику «перевоплощение». Эта тактика более характерна для бытового общения и заключается в том, что говорящий как бы искусственно устанавливает разрыв в знаниях, перевоплощаясь при этом в «незнайку», «провинциала», «дилетанта» или даже в «дурачка».

Известный голландский ученый, один из основателей лингвистики текста Т.А. Ван Дейк, исследуя семантические стратегии в диалогах об этнических меньшинствах (проблема, ставшая за последние годы весьма актуальной в нашей стране), напротив, анализировал речевые ходы (суть – речевые тактики), которые использовали люди,

контактирующие с подобными группами населения. С помощью специально разработанного интервью по данному проекту опрашивались жители разных районов Амстердама. Это позволило Ван Дейку выделить около 30 ходов в построении речи, выражающей предубежденность. Например, «предположение», «смягчение», «утрирование», «сдвиг», «взваливание вины на другого», «повтор», «приведение примера» и др. Эксперимент показал, что ходы могут выполнять несколько функций одновременно. Можно также предположить (и практика их использования это подтверждает), что они выходят за рамки изучения взаимоотношений с этническими меньшинствами. В частности, их можно использовать и в деловой сфере.

Ход **«обобщение»**, по мнению Ван Дейка, используется для того, чтобы показать, что неблагоприятная информация, только что приведенная или могущая быть приведенной, например, в случае из жизни, не просто «случайна» или «исключительна»; тем самым подкрепляется возможное общее мнение. Типичные выражения этого хода: «И так всегда», «С этим сталкиваешься на каждом шагу», «Это без конца повторяется».

«Приведение примера» – ход, показывающий, что общее мнение основано на конкретных фактах (опыте). Типичные выражения: «Вот пример», «Например, на прошлой неделе», «Возьмите нашего соседа. Он...».

«Усиление» направлено на лучший или более эффективный контроль за вниманием слушающего («привлечение внимания»), на улучшение структурной организации неблагоприятной информации, на подчеркивание субъективной макроинформации. Типичные выражения: «Это ужасно, что...», «Это позор, что...».

«Уступка» дает возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие, т. е. составляющие части стратегии положительной самопрезентации. Типичные выражения: «Среди них попадаются и хорошие люди», «Не стоит обобщать, но...», «Голландцы тоже могут так поступать» (последнее является также ходом «сравнение»).

«Сдвиг» – ход стратегии положительной самопрезентации. Типичный пример: «Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются».

«Контраст» – ход, имеющий несколько функций. Риторическую: привлечение внимания к участникам отношения контраста (структурирование информации). Семантическую: подчеркивание положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств (часто путем противопоставления МЫ-группы и ОНИ-группы) – и все ситуации, где прослеживается конфликт интересов. Типичный пример: «**Нам** приходилось долгие годы трудиться, а **они** получают пособие и ничего не делают», «**Нам** пришлось долгие годы ждать новой квартиры, а **они** получают квартиру сразу же, как только приедут».

Что касается сферы делового общения, то специалисты выделяют в ней целый ряд специфических речевых тактик. Приведем некоторые из них.

«Неожиданность» – использование в речи неожиданной или неизвестной слушателям информации.

«Провокация» – на короткое время вызывается реакция несогласия с излагаемой информацией, чтобы использовать этот период для подготовки слушателей к конструктивным выводам, для уточнения и более четкого определения собственной позиции.

«Апелляция к авторитету» – для подтверждения правильности излагаемой информации дается ссылка на авторитет слушателей, авторитет науки, авторитет известных ученых, социологов, политологов, деятелей культуры. Следует учитывать, что на бытовом уровне авторитетом для партнера по общению скорее всего будут его родители, старшие по возрасту друзья, уважаемый преподаватель и т. п.

«Прогнозирование» – основываясь на реальных фактах, давать прогнозы развития ожидаемых событий, чтобы подчеркнуть необходимые ценностные ориентации, определяющие интересы, требования, пожелания.

«Внесение элемента неформальности» – учитывая предмет речи, рассказать аудитории, деловому партнеру о собственных заблуждениях, предрассудках, ошибках и их последствиях, чтобы показать, каким образом удалось избежать одностороннего подхода к той или иной проблеме и найти ее новое решение. Это позволит преодолеть сдержанность и предвзятость и изменить мнение в свою пользу.

«Прямое включение» – отказаться от растянутого вступления, особенно если партнеры знакомы с предметом речи и имеют необходимый предварительный запас знаний. Это избавит вас от необходимости разяснять все с самого начала, повысит информативность речи и позволит выиграть время для обсуждения проблемы.

«Юмор» – не «засушивать» свою речь. Приводить смешные, парадоксальные примеры, перемежать выступление, беседу веселыми шутками, забавными историями, в том числе и из своей жизни. Следует подчеркнуть особую эффективность этой речевой тактики. Хорошее чувство юмора, умение к месту привести шутку или каламбур в сочетании с невербальными элементами (улыбкой, например) позволят добиться успеха в речевой коммуникации любого уровня.

«Да-да-да» – партнеру задается три-четыре вопроса, на которые он обязательно должен ответить «да». Тогда, вероятнее всего, и на основной вопрос он также ответит положительно. Это одна из самых древних тактик. Изобрел ее великий древнегреческий философ Сократ и блестяще использовал для убеждения собеседников.

«Черный оппонент» – тактика, противоположная только что описанной. Суть ее в следующем. Партнеру по общению задается несколько вопросов с таким расчетом, чтобы на один из них он не смог ответить. Тогда незамедлительно произносится речевая формула: «Вот видите, вопрос не подготовлен».

«Подмазывание аргумента» – слабый довод, который может быть легко опротестован, сопровождается комплиментом партнеру по общению. Например: «Вы, как человек умный, не станете отрицать»; «Всем хорошо известны ваша честность и принципиальность, поэтому вы...»; «Человек, недостаточно образованный, не оценит, не поймет приведенный аргумент, но вы...». Иногда собеседнику тонко дают понять, что к нему лично относятся с особым уважением, высоко ценят его ум, признают его достоинства.

В системе речевой коммуникации может использоваться множество речевых тактик, причем и тех, которые еще не выявлены специалистами и не описаны в литературе, поэтому важно не только эффективно и уместно использовать тактики, описанные в литературных источниках, но и уметь самому выделять их.

Вопросы и задания:

1. Объясните значение терминов «стратегия», «речевая тактика».
2. Назовите цели использования речевых тактик в речевой коммуникации.
3. Опишите, какие речевые тактики вы можете применить в сфере делового общения.
4. Можно ли использовать речевые тактики, выделенные Т.А. Ван Дейком при анализе общения с представителями этнических меньшинств, в деловом общении? Приведите примеры.
5. Прослушайте (прочитайте) речь какого-либо оратора и попробуйте выделить речевые тактики, которые он использовал, в том числе и нерассмотренные нами.

РАЗДЕЛ 3. ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Практическое занятие 13: Типичные коммуникативные ситуации. Деловая беседа: структура деловой беседы. Факторы успеха деловой беседы. Деловая беседа по телефону.

Цель: Рассмотреть основные типы коммуникативных ситуаций: деловая беседа, пресс-

конференция, деловые совещания, деловые переговоры.

В результате освоения темы студент должен

знать основные типы коммуникативных ситуаций ;

уметь выбирать тактику поведения в различных коммуникативных ситуациях;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Типичной коммуникативной ситуацией (ТКС) договоримся считать некую модель делового контакта, обусловленного его особенностями (содержанием, обстановкой), в котором реализуются речевые действия партнеров, направленные на достижение соглашения. Иначе говоря, в ТКС отражаются мотивы взаимодействия, цели и задачи действий, условия протекания общения, социальные роли собеседников, а также те речевые действия, при помощи которых можно наиболее полно выразить отношение сторон к предмету переговоров.

Если предположить, что вербальное и невербальное (речевое и неречевое) поведение партнеров при общении в любой ТКС в общих чертах можно заранее смоделировать, есть основание сделать вывод о возможности формирования и развития коммуникативной компетенции с учетом конкретных (индивидуальных) потребностей каждого участника деловых переговоров. Далее подробно анализируются ТКС, возникающие в ходе подготовки деловых переговоров, их ведения и контроля за исполнением их решений. К ним относятся: "становление (поддержание) деловых контактов; их актуализация и реализация, а также их контроль и оценка.

Все группы ТКС рассматриваются или реализуются по следующим параметрам: коммуникативные установки, т.е. цели и задачи общения: ролевые установки, т.е. отражение в поведении коммуникантов их социально-деловых характеристик; этике этноречевые формулы общения.

Партнеры по переговорам, решая собственные проблемы, смогут прийти к соглашению если будут стремиться к установлению благоприятного психологического и коммуникативного микроклимата беседы, к поддержанию доброжелательного тона разговора. В любых вариантах переговорного процесса должно быть реализовано "золотое" правило: "Относись к другим так, как ты хотел бы, чтобы они относились к тебе". Установление, поддержание деловых контактов на высоком уровне Культуры, соблюдение правил делового этикета позволяют повысить эффективность решения любых предметно-содержательных задач. Если с собеседником не установлен необходимый контакт, не найден "общий язык", бесполезно приводить разумные, объективные аргументы.

Установление, поддержание деловых контактов включает обращение, приветствие, знакомство, приказ, предложение, просьбу, благодарность, похвалу, комплимент, извинение, прощание и т.д.

Обращение. Коммуникативная установка - определение социального и ролевого статуса участников общения, установление социально-речевого контакта.

Вопросы и задания:

1. Деловая беседа: структура деловой беседы.
2. Факторы успеха деловой беседы.
3. Деловая беседа по телефону.
4. Пресс-конференция.
5. Упражнение:

Розыгрыш ситуаций. Преподавателю отводится роль «хозяина кабинета». Примеры заданий:

1. Вы занимаетесь репетиторством. Пришли к матери абитуриента с рекомендательным письмом.
2. Вы на приеме у заведующего Загсом с просьбой перенести регистрацию брака.
3. Вы пришли по объявлению к директору фирмы устраиваться на должность менеджера.

4. Вы пришли к директору с просьбой о переводе в другой отдел.

Задание считается успешно выполненным, если студент сумеет добиться расположения «хозяина кабинета» и решить свой вопрос.

Практическое занятие 14: Типичные коммуникативные ситуации. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании.

Цель: Рассмотреть основные типы коммуникативных ситуаций: деловая беседа, пресс-конференция, деловые совещания, деловые переговоры.

В результате освоения темы студент должен

знать основные типы коммуникативных ситуаций ;

уметь выбирать тактику поведения в различных коммуникативных ситуациях;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Специалисты по управлению определяют **деловое совещание (собрание)** как форму организованного, целенаправленного взаимодействия руководителя с коллективом посредством обмена мнениями. В этом виде общения сочетаются различные жанры: ораторский монолог (вступительное и заключительное слово ведущего, выступления участников, доклад), беседа (обмен информацией, выдвижение и обсуждение идей при "мозговой атаке"), дискуссия. Эффективность собрания во многом зависит от таланта организатора - от его речевого мастерства и управленческих способностей. Нередко собрания проводит сам руководитель. В литературе по деловому общению приводятся различные классификации совещаний по разным основаниям.

Так, *по характеру проведения* они делятся на следующие типы:

- **диктаторские** – главную роль играет руководитель; участники имеют право только задавать вопросы, но не высказывать собственные мнения, дискуссий нет.
- **автократические** – разновидность диктаторских совещаний; руководитель задает вопросы участникам и выслушивает их ответы; мнения приглашенных не обсуждаются;
- **сегрегативные (от лат – отделение)**– в обсуждении доклада принимают участие только те, кто назначен руководителем; лица, лишенные возможности высказаться, порой испытывают недоброжелательное отношение к председательствующему и к тем, кому предоставлено слово;
- **дискуссионные** – происходит свободный обмен мнениями и выработка общего решения, которое может приниматься голосованием с последующим утверждением руководителем; после такого обсуждения руководитель нередко принимает решение без голосования с учетом высказанных мнений и предложений;
- **свободные** – проводятся без четко сформулированной повестки дня; представляют из себя свободный обмен мнениями; принятие решения не обязательно.

В зависимости *от управленческих функций* различают совещания:

- **по планированию** (обсуждаются вопросы целеполагания, стратегии и тактики деятельности организации);
- **по мотивации труда** (рассматриваются проблемы качества деятельности сотрудников, вопросы удовлетворенности персонала, моральное и материальное стимулирование, вопросы дисциплины и др.);
- **по внутривидовой организации** (обсуждаются вопросы структурирования организации, координации действий структурных подразделений; проблемы делегирования полномочий, вопросы ответственности и др.);
- **по контролю за деятельностью работников** (обсуждаются результаты какой-либо деятельности, достижение поставленных целей, проблемы срывов заданий и пр.).

По тематике совещания бывают административные, технические, кадровые, финансовые, технологические и т.д.

В качестве основания классификации служат *цели и задачи* совещания. По этому признаку совещания подразделяются на проблемные, инструктивные и оперативные (диспетчерские). **Проблемное** совещание проводится для того, чтобы найти оптимальное решение обсуждаемых вопросов. На таком совещании, как правило, слушается доклад, задаются вопросы по докладу, проводится его обсуждение и вырабатывается общее решение, которое принимается голосованием. Доклад должна быть представлен участникам совещания в письменном виде заранее. Тогда докладчик сразу отвечает на поставленные вопросы. **Инструктивное** совещание созывается с целью доведения до подчиненных распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения. На этих совещаниях конкретизируются отдельные положения документа, разъясняются возникающие вопросы, назначаются сроки выполнения заданий, обсуждаются пути и средства их реализации, определяются исполнители. **Оперативное (диспетчерское)** позволяет получить информацию снизу вверх о положении в организации. Участники совещания докладывают руководству, как обстоят дела на местах, какие есть проблемы, что требуется для их разрешения и т.п.

Выделяют следующие основные задачи деловых совещаний:

- 1) Выяснить, проанализировать состояние дела (как выполняется намеченное, что происходит в коллективе ...); обменяться информацией по обсуждаемому вопросу, скоординировать усилия и сделать организационные выводы. Этим задачам соответствует информационный тип собрания.
- 2) Проинформировать коллектив о поисках в решении проблем, о новом опыте и возможностях его внедрения, убедить сотрудников в правильности проводимой хозяйственной политики. Для решения этих задач предназначено разъяснительное собрание, или собрание - инструктаж.
- 3) Найти коллективное решение проблемы, продуцировать, собрать идеи. Это тип собрания - проблемное, или "мозговая атака".
- 4) Отобрать и принять конструктивные решения. Это задача собрания - принимающего решения.
- 5) Дать участникам необходимые знания, повысить их квалификацию. Этот тип принято называть конференция, или учебное собрание.

В случае если руководитель заинтересован в постоянных контактах с коллективом, он организует регулярные совещания. По частоте проведения собрания бывают также разовыми и периодическими.

Деловое совещание – это форма делового общения с целью обсуждения и решения производственных вопросов и проблем, требующих коллективных усилий.

Поводы проведения совещания:

- необходимость принятия коллективного решения;
- решение вопроса, затрагивающего интересы одновременно нескольких структурных подразделений;
- для решения вопроса необходимо воспользоваться мнения различных групп работников.

Подготовка совещания

На этом этапе принимается решение о проведении совещания, определяются повестка дня, сроки проведения, регламент и др.

Повестка дня фиксируется в письменном документе, который заранее рассылается всем участникам совещания. В повестке дня указываются:

- тема и цель совещания;
- перечень вопросов, выносимых на обсуждение, в порядке очередности их рассмотрения и с определением докладчиков (их фамилий, должностей) по данным вопросам.
- время и место проведения совещания.

Предварительная рассылка повестки дня дает возможность участникам совещания скорректировать свою работу и подготовиться к данному мероприятию.

Состав участников совещания.

К участию в совещании приглашаются те, кто действительно необходим. Оптимальное количество участников – 6-7 человек. Увеличение числа приглашенных снижает коэффициент участия (или отдачи), удлиняет совещание. При необходимости число участников может быть увеличено до 15 человек.

Организация пространственной среды. На стадии подготовки совещания необходимо продумать вопрос о размещении его участников. Их необходимо рассаживать так, чтобы они видели лицо, глаза, мимику, жесты друг друга, что дает им возможность использовать большее число средств получения информации и обеспечивает ее лучшее восприятие.

Целесообразно проводить деловые совещания в определенный день недели (за исключением внеплановых, экстренных), желательно в начале или в конце рабочего дня, либо во второй его половине после обеденного перерыва.

Ведение совещания

Организация и ведение дискуссий.

С целью повышения эффективности совещания его участники должны четко выполнять свои роли.

Руководитель в ходе совещания должен выполнять следующие задачи:

- вовремя начать совещание;
- сформулировать проблему совещания и нацелить участников на ее позитивное решение;
- уточнить повестку дня, сообщить о регламенте работы, предупредить о необходимости высказываться по существу;
- следить за дискуссией и направлять ее в конструктивное русло;
- использовать разнообразные приемы активизации внимания участников совещания;
- пресекать некорректное поведение участников совещания и смягчать напряженные ситуации;
- обобщать выступления и четко формулировать выводы.

Требования к участникам совещания:

- представляйтесь;
- не избегайте ответственности, говорите «я» вместо «мы»;
- будьте конкретны, излагайте свою точку зрения ясно, проявляйте активность, отстаивайте свою точку зрения, проявляйте терпимость к чужим мнениям;
- задавайте выступающим уточняющие и способствующие пониманию вопросы, объясняйте их цель; не используйте провокационные вопросы, вызывающие конфликтную реакцию и уводящие от решения проблемы;
- старайтесь, насколько это возможно, не интерпретировать чужие мысли и идеи; выражайте свое отношение к мнениям и предложениям других участников совещания в форме «Я-высказывания», говоря о своем восприятии их позиций;
- предлагайте новые идеи и ведите поиск наиболее приемлемого решения обсуждаемого вопроса.

Завершение и составление протокола.

Подводя итоги обсуждения, руководитель должен:

- выработать решение и определить пути его реализации;
- оформить результаты совещания и ознакомить с ними участников совещания;
- создать некий план действий по выполнению принятых решений, распределить обязанности, назначить ответственных за выполнение решений, определить формы контроля и людей, его осуществляющих.

Ход совещания должен протоколироваться. Датой подписания протокола и, следовательно, началом исполнения решений совещания является день его проведения.

После совещания руководителю необходимо:

- проанализировать ход совещания и его результаты;
- разослать протокол лицам, ответственным за выполнение решений совещания;

- осуществлять контроль выполнения его решений: контроль – главный инструмент исполнения принятых по результатам совещания решений;
- создать условия для реализации намеченных действий.

Вопросы и задания:

1. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании.
2. Упражнение:

Розыгрыш ситуаций. Преподавателю отводится роль «хозяина кабинета». Примеры заданий:

1. Вы пришли к директору фирмы с предложением создать новое направление ее деятельности, например какой-либо вид услуг населению.
2. Вы пришли к заведующей парикмахерской с жалобой на сожженные завивкой волосы.
3. Вы пришли к заведующему телеателье сообщить, что после визита к вам мастера телевизор вообще перестал работать.

Задание считается успешно выполненным, если студент сумеет добиться расположения «хозяина кабинета» и решить свой вопрос.

Практическое занятие 15: Ведение деловых переговоров: подготовка к переговорам; цели переговоров; предмет переговоров; структура переговоров; начало и завершение переговоров.

Цель: Изучить специфику подготовки к переговорам; их начала и завершения, способы взаимодействия на переговорах.

В результате освоения темы студент должен

знать специфику подготовки к переговорам, правила их проведения;

уметь организовывать общение в рамках переговоров;

владеть навыком ведения деловой беседы, пресс-конференции, деловых совещаний, деловых переговоров.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Правила успешных переговоров включают в себя следующие пункты:

1. **Подготовка.** Вы должны четко понимать цель переговоров еще до их непосредственного начала. В идеале разбить эту цель на три пункта: планируемый результат, приемлемый и нежелательный. Для каждого из них необходимо иметь собственную стратегию поведения, которая пускается в ход еще до того, как результат будет достигнут. Допустим, вы видите, что разговор идет не в то русло, и вы не можете прийти к общему знаменателю с собеседником. Воспользуйтесь приемами, которые дадут возможность выйти из ситуации.

2. **Представление.** В начале разговора дайте партнеру четко понять, кто вы, от какой компании вы действуете и с какой целью пригласили его на эту беседу. Это поможет избежать многих вопросов в дальнейшем. Неформальное отступление имеет смысл, если вы действительно умеете общаться на отвлеченные темы. Если же разговор «о погоде» делается постольку поскольку, неискренне, он будет лишь во вред, т.к. станет бесполезной тратой времени. Которого у многих деловых людей просто-напросто не хватает. Лучше переходить сразу к сути.

3. **Взаимопонимание.** Безусловно, в процессе переговоров вы должны отстаивать, прежде всего, свои интересы. Но не лишним будет взглянуть на разговор со стороны собеседника. Это поможет вам лучше понять, какие плюсы своего предложения вы можете для него подчеркнуть. Умейте слушать и слышать чужую позицию.

4. **Антураж и внешний вид (для «живых» переговоров).** Позаботьтесь о том, чтобы переговоры проходили в подходящем месте, там, где никто не будет вам мешать. Если это офис, его обстановка должна настраивать на деловой лад. Закройте дверь (но не запирайте) и позаботьтесь о том, чтобы вам никто не мешал. Если это кафе, постарайтесь подобрать уютное заведение. Не приглашайте участвовать в переговорах лиц, чье

присутствие на них необязательно. Контролируйте время переговоров, не затягивайте их, но и не смотрите на часы каждые 5 минут, это признак плохого тона и вашей недостаточной заинтересованности в сделке. Что касается внешнего вида – в нем должна присутствовать аккуратность. Вы проводите деловую встречу и должны выглядеть соответствующе.

5. **Положительный характер беседы.** И вы, и ваш собеседник, заинтересованы во взаимовыгодном сотрудничестве. Это ведь хорошо, не правда ли? Демонстрируйте свой позитивный настрой. Но не с помощью «дежурной» улыбки или подхалимства, а так, чтобы эмоции были искренними. Рассказывайте о перспективах сотрудничества с чувством, с блеском в глазах. Если вы не кривите душой, поддерживать такой тон будет очень легко. Но при этом держите дистанцию. Возможно, в будущем вы и собеседник станете лучшими друзьями, но в данный момент вы – представители разных деловых сторон, каждая из которых отстаивает свои интересы.

6. **Однозначность.** Если речь идет о финансовом партнерстве, условий оплаты товара и т.п. моментов, нужно, чтобы все они были четко оговорены, а затем прописаны в договоре и не подвергались двойной трактовке. Подписывать документ, естественно, сразу не стоит.

7. **Главное – детали.** Не поняли, что означала та или иная фраза из уст партнера? Не поленились задать ему уточняющий вопрос. Сомнения, неуверенность и т.п. чувства необходимо либо подтверждать, либо развеивать. Уточняющие вопросы в данном случае – самый лучший способ.

8. **Соблюдайте баланс.** Между «добрым и злым полицейским». Еще один важный фактор того, как вести переговоры о сотрудничестве. Здесь, как и в бою, силен не тот, кто атакует, а тот, кто держит удар. Свои позиции необходимо отстаивать не за счет отказов, споров и другого негатива. Важно продемонстрировать профессионализм. И тогда партнер лояльнее будет относиться к предложенным вами условиям.

9. **Держите слово.** Раз уж мы проверяем партнера на честность и порядочность, можно быть уверенными, что он сделает то же самое. Обещайте только то, что можете гарантировать. Соблюдайте обещания. Точнее, даже не обещания, а обязанности согласно будущему договору. Иначе вас будет ожидать уже не только моральная, а и административная (а порой и уголовная ответственность). Плюс ко всему это ваша репутация. Не позволяйте ей пострадать.

10. **Грамотное завершение беседы.** По факту переговоров стороны должны прийти к совместному итогу. Это может быть компромисс, предварительная договоренность, иногда – категорическое несогласие сторон друг с другом. Но нельзя оставлять переговоры незавершенными. Даже если они были всего лишь одним из этапов, после которого вам предстоят другие встречи, разговоры или переписки. Относитесь к ним, как к прочитанной главе, из которой необходимо сделать вывод. И, естественно, соблюдайте элементарную вежливость. Пожмите человеку руку (если это мужчина), улыбнитесь даме, пожелайте хорошего дня. Делайте это независимо от результата беседы.

Вопросы для обсуждения:

1. Деловые переговоры: подготовка к переговорам; цели переговоров; предмет переговоров; структура переговоров; начало и завершение переговоров.
2. Принципы речевого поведения на переговорах.
3. Способы взаимодействия на переговорах.
4. Деловые совещания: типы совещаний; подготовка совещания; правила поведения на совещании.
5. Упражнение:

Выберите актуальную для Вас тему деловых переговоров и проведите ее по всем этапам, меняясь ролями и изменяя параметры отношений собеседников (доброжелательные, настороженные, агрессивные, сдержанные, рациональные).

Практическое занятие 16: Ведение деловых переговоров. Способы взаимодействия на переговорах: лингвистическая деловая игра «переговоры».

Цель: Изучить основные группы официально-деловых текстов (деловое письмо, отчет, предложение, резюме).

В результате освоения темы студент должен

знать особенности письменного делового общения;

уметь использовать языковые средства в письменной деловой коммуникации;

владеть навыком оформления различных документов в деловом стиле.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Лингвистическая деловая игра (ЛДИ) «Переговоры» представляет собой учебную игру, имитирующую один из аспектов профессиональной деятельности специалистов социально-культурной сферы. Это активная коллективно-личностная форма учебной работы, в ходе которой формируются или совершенствуются профессиональные речевые умения. Ориентируясь на мотивы обучения, ЛДИ «Переговоры» позволяет максимально активизировать профессиональную заинтересованность студентов, удовлетворить их потребность в быстром овладении языком специальности. Функциональная цель ЛДИ «Переговоры» – выработать у студентов социально-экономических специальностей устойчивые навыки владения профессиональной речью на основе смитированной игровой ситуации переговоров.

Независимо от видов ЛДИ имеют три основные педагогические цели:

1. Обучение русскому языку. Активизирует владение языком специальности: умения и навыки использования профессиональной лексики, грамматическую и синтаксическую правильность письменной речи.
2. Обучение речевому общению. Активизирует владение монологической и диалогической речью.
3. Профессиональная цель. Активизирует профессиональную заинтересованность.

Следует отметить, что учебная цель игры отличается от целей действий ее участников. Так, учебную цель игры ставит перед собой преподаватель. Участники же ставят перед собой цели исходя из своих «должностей» (ролей). Более того, участникам игры до момента ее разбора не следует знать учебных целей игры, так как это может повлиять на их действия. Использование ЛДИ «Переговоры» предполагает включение в учебный процесс следующих этапов.

1. **Предыгровое обучение.** Этап подготовки участников к ЛДИ «Переговоры» подразумевает реализацию системы практических заданий, включающей три основные группы:

- 1) задания, развивающие навыки грамматики и синтаксиса; обработка деловой, этикетной и профессиональной лексики; обработка соответствующих грамматических и синтаксических конструкций;
- 2) задания, развивающие коммуникативную компетентность: умение подготовить и произнести монологическое высказывание; навыки участия в диалогической речевой коммуникации; умение составлять деловые документы;
- 3) задания, развивающие умения и навыки общения в профессиональной сфере: подбор либо составление текстов по специальности с заданиями к ним.

2. **Определение темы игры.** Тема игры вытекает из содержания учебного материала, предусмотренного программой, и определяется преподавателем на основе критерия ее значимости и актуальности для подготовки специалиста.

Определение темы ЛДИ конкретизирует функциональную (учебную) цель. Переговоры представляют собой, как уже отмечалось выше, процесс целенаправленного и ориентированного на достижение необходимых результатов делового общения в форме диалога. Сложность проведения переговоров зависит от таких субъективных факторов, как коммуникативные способности, навыки, умение деловых партнеров, от опыта в этой области, темперамента участников, их специальности и др. Поэтому форма переговоров весьма удобна для разыгрывания, таит в себе большие возможности для активного изучения видов речевой деятельности.

3. **Формирование учебной цели.** Имитируемая профессиональная ситуация переговоров, по условиям проведения лингвистической деловой игры, является вторым планом, своеобразным фоном, на котором осуществляется основная учебная цель: обучение языку специальности. Нельзя не согласиться с Ю.Д. Красовским, который утверждает, что если проигрывается только профессиональная деятельность и не обращается внимание на формы профессионального общения, то деловая игра воспроизводит лишь *модели экономического поведения*; если же главное внимание обращается на профессиональное общение и недооценивается профессиональная деятельность, то в деловой игре воспроизводятся те или иные *модели социального поведения*. И в том и в другом случае деловая игра оказывается методологически неполной: она разрывает единство делового поведения личности, либо превращая его в узкоэкономический феномен, либо

излишне психологизируя его. Конкретные же учебные цели ЛДИ можно определить следующим образом:

- ускорить и сделать более направленным процесс обучения основам речевой коммуникации;
- обучить умению быстро и правильно принимать решения профессионального характера;
- поставить участников игры в условия, в которых они должны в процессе принятия решений учитывать их эффективность и влияние на конечные результаты деловой игры;
- обучить участников игры четкому взаимодействию в процессе подготовки и реализации решений, эффективному распределению прав и обязанностей между ними;
- обеспечить понимание взаимодействия устной и письменной речи в процессе реальной деловой коммуникации;
- проверить умение пользоваться материалом по курсу лекций и практических занятий.

4. Выбор объекта имитации. Переговоры нужны прежде всего для того, чтобы совместно с партнером обсудить проблему, которая представляет взаимный интерес, и принять совместное решение.

Американский исследователь в этой области Ч. Икле выделяет следующие цели, по которым могут проводиться переговоры:

- 1) продолжение существующих соглашений. Часто можно встретить в торговой сфере, когда стороны, например, заключив ранее соглашение, после истечения указанного срока вносят незначительные изменения и уточнения в новый договор с учетом сложившейся конъюнктуры;
- 2) нормализация отношений. Предполагается переход от конфликтных к иным типам отношений между сторонами. В мировой практике такого рода переговоры ведутся, например, после окончания войн. Но такие переговоры есть и в области социальных, экономических и других отношений. Примером могут служить переговоры по улаживанию конфликта между двумя фирмами, возникшего по поводу распределения рынков сбыта продукции;
- 3) достижение перераспределительного соглашения. Смысл таких переговоров заключается в том, что одна из сторон, занимая наступательную позицию, требует изменений условий договора в свою сторону за счет интересов других сторон.

Перераспределительные переговоры также можно встретить в любой сфере. Например, в сфере деловых отношений, когда одна из сторон выступает с инициативой проведения переговоров по подписанию нового соглашения, предусматривающего увеличение ее процента от прибыли;

- 4) достижение нового соглашения. Такие переговоры направлены на установление новых отношений и обязательств между участвующими в них сторонами. Один из примеров – переговоры с новым партнером о взаимных поставках;
- 5) получение косвенных результатов, которые не отражаются в соглашении (если соглашение вообще достигнуто). Такими результатами могут быть установление контактов, выявление точек зрения партнеров, оказание влияния на общественное мнение и др. В этом случае главным становится то, что как бы остается за кадром.

Таким образом, выбор объекта зависит от конкретной функциональной (учебной) цели, которая будет заложена при имитации ситуации переговоров. Объект имитации ЛДИ «Переговоры» может быть выбран, например, в зависимости от:

- уровня владения студентами группы видами речевой деятельности;
- интересов участников игры, их ожиданий, личного опыта;
- интересов преподавателя, его личного опыта;
- потребностей учебного плана обучения специалистов, увязанных с дисциплинами, уже изученными либо изучаемыми параллельно;
- наличия у студентов и преподавателя массива информации (газетно-журнальные публикации, биржевые сводки, рекламные проспекты с описанием товаров и ценами на них и др.) по конкретному виду экономической деятельности.

5. Основные этапы игры. Под этапом ЛДИ «Переговоры» понимается каждая ее часть, имеющая самостоятельное значение и конкретные учебные цели. От этапов зависит в целом структура игры. В данном случае эта структура диктуется структурой переговоров как вида профессиональной деятельности и состоит из этапов, которые изложены на с. 148.

6. Состав участников и их роли. Каждый участник ЛДИ «Переговоры», как, впрочем, и участник любой деловой игры, имеет свою роль. Разыгрывание происходит в ситуации, которая сопровождается возникновением эмоциональной напряженности у каждого участника игры и требует от него мобилизации коммуникативных, интеллектуальных и психофизиологических способностей. Следовательно, каждая роль приобретает, кроме того, и определенную личностную окраску. Распределение ролей является важным моментом, от которого во многом зависит успех

игры. Здесь должны учитываться и степень коммуникабельности, и уровень знаний, и личностные качества. При распределении ролей в ЛДИ «Переговоры» возможны следующие варианты:

1) распределение ролей преподавателем. В методической литературе излагаются различные подходы к этому варианту. Так, Л.Г. Вишнякова считает, что в студенческой группе целесообразно, правда, в случае, когда игра проводится впервые, распределить роли по решению преподавателя, на основе его представлений о деловых и личностных качествах обучаемых. В процессе же игры часто раскрываются незнакомые преподавателю деловые и личностные качества обучаемых, которых он не считал сильными, их профессиональные способности, глубина знаний, качества лидера и бойца, до сих пор не проявлявшиеся из-за отсутствия соответствующих условий. Однако недостаток этого варианта в том, что он ограничивает свободу выбора. Поэтому в последующем при распределении ролей можно учитывать и свое мнение о возможностях игрока, и мнение коллектива. В некоторых зарубежных источниках, напротив, рекомендуется распределять роли преимущественно самими студентами;

2) распределение ролей студентами. Такое распределение более эффективно в сильной, хорошо организованной группе. При других особенностях группы распределение ролей самими студентами может отрицательно повлиять на развитие игры;

3) случайное распределение ролей. Под случайным распределением ролей понимается в данном случае распределение с помощью жребия, «считалочки», в форме лотереи и др. Вариант имеет то преимущество, что полностью объективен, активизирует игровое настроение. Однако он имеет недостатки как первого варианта, так и второго.

Здесь возможен также подвариант, когда участники игры по очереди вытягивают карточку, на которой не только помечена позиция («за» и «против»; специалист или клиент и т. п.), но и обозначена роль с инструкцией по ее реализации. Это позволяет убыстрить процесс распределения ролей в группе.

7. Оценка действий участников игры. Система оценивания действий участников ЛДИ «Переговоры» относится к балльным. Она учитывает рекомендации литературных источников, приведенных выше. Вместе с тем она имеет и принципиальные отличия. Во-первых, поскольку основной целью лингвистических деловых игр является активное обучение общению, большинство аспектов оценивания, имеющих ярко выраженный характер профессиональной деятельности, оценке не подлежит. Во-вторых, присуждение и снятие баллов за приведение участниками игры образцов речи, языковых моделей, профессиональной, этикетной и иной лексики и т. п. имеет четко выраженный лингвистический характер. В-третьих, оцениваются только те невербальные средства общения, которые обычно сопровождают речь, а не поведение. В-четвертых, оценка личностных качеств участников игры носит в основном закрытый характер. То есть преподаватель, который проводит игру, не знакомит их со всеми сделанными в процессе игры выводами о проявлении личностных качеств, учитывая субъективный характер этих выводов. В-пятых, используется не ранжированная (2, 3, 4, 5 баллов или от 1 до 10 баллов и т. п.) система баллов, а фиксированная. То есть за тот или иной эпизод речевого поведения присуждается фиксированное количество баллов.

В ЛДИ «Переговоры» может быть использована следующая система поощрительных и штрафных баллов.

Поощрительные баллы:

- за каждую использованную этикетную форму +1 балл;
- за каждый использованный профессиональный термин +1 балл;
- за каждый использованный синоним +2 балла;
- за использование речевой тактики +3 балла;
- за использование сравнительного оборота +3 балла;
- за четкость мотивации при общении +3 балла.

Количество присуждаемых баллов объясняется степенью сложности каждого из приведенных случаев. При этом степень сложности определялась экспериментально. В качестве речевых тактик могут использоваться, например, приведение примера из информационного издания либо литературного источника, приведение высказываний известных людей (социологов, политиков, бизнесменов, экономистов и т. д.), пословиц, поговорок. По усмотрению преподавателя или арбитражной группы студентов баллы могут присуждаться и за иные речевые действия.

Штрафные баллы:

- несоблюдение речевого этикета —1 балл;
- грамматические ошибки —1 балл;
- речевые ошибки —1 балл;

неправильное использование профессионального

термина —3 балла

неубедительное высказывание —3 балла;

некорректный вопрос или реплика —3 балла.

По усмотрению арбитров игры штрафные баллы могут начисляться и за иные речевые неточности.

8. Составление деловых документов и их оценивание. В процессе ЛДИ «Переговоры» студенты составляют следующие документы:

1. Протокол о распределении должностей.

2. Приказ о зачислении в штат фирмы.

3. Коммерческое (или иное) письмо-предложение (одна договаривающаяся сторона) и ответ на него (другая договаривающаяся сторона).

4. Договор.

Все документы, составленные каждой из сторон – участниц переговоров, подшиваются в папку-скоросшиватель и в таком виде передаются преподавателю или арбитражной группе студентов для оценивания.

Вопросы и задания:

Вам предстоит провести деловую игру на тему «Дизайн дома». Определите:

1. Какой пакет документов вам для этого потребуется?

2. Какие роли будут задействованы в игре (например, домашний менеджер, хозяин и хозяйка дома, их дети, сосед, приехавшая погостить тетюшка и т. д.)?

3. Какие материалы по данной теме могут понадобиться для всех участников игры?

4. Какова будет система оценки хода и результатов игры?

Практическое занятие 17: Официально-деловая письменная речь.

Виды официально-деловых текстов. Деловое письмо: структура, стилистика.

Отчеты, предложения и их разновидности.

Цель: Изучить основные группы официально-деловых текстов (деловое письмо, отчет, предложение, резюме).

В результате освоения темы студент должен

знать особенности письменного делового общения;

уметь использовать языковые средства в письменной деловой коммуникации;

владеть навыком оформления различных документов в деловом стиле.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Формирование официально-деловой письменной речи во всех языковых культурах обусловлено развитием государственности, аппарата управления и связано с необходимостью документально закреплять правовые отношения юридических и частных лиц. Интернациональные свойства делового письма – следствие универсальности задач, которые оно призвано решать, а именно служить инструментом делового общения, языковым средством фиксации (документирования) управленческой, деловой, служебной информации. К служебной информации предъявляются общие требования:

- **достоверность** (объективность);

- **актуальность** (необходимость, новизна, своевременность);

- **убедительность** (аргументированность);

- **полнота** (достаточность информации).

Документирование – это регламентированный процесс записи информации на бумаге или ином носителе, обеспечивающий её юридическую силу. В деловом общении документирование имеет особое значение. Ссылка на какую-либо устную договорённость может быть опровергнута или подвергнута сомнению, но если данная договорённость или распоряжение имеют форму документа, то ссылка на него обоснована юридически. Правила документирования устанавливаются правовыми актами каждого государства или вырабатываются традицией.

Итог документирования – создание документа. В социальном плане любой официальный документ полифункционален, что позволяет ему удовлетворять различные

потребности человека. Функции документа делятся на два вида: общие и специальные. К общим функциям относятся

- информационная: любой документ создаётся для сохранения информации;
- социальная: документ является социально значимым объектом, поскольку порождён той или иной социальной потребностью;
- коммуникативная: документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры, в частности, между учреждениями;
- культурная: документ – средство закрепления и передачи культурных традиций, этапов развития цивилизации.

Специальные функции документа:

- управленческая: документ является инструментом управления (например, плановые, отчётные, организационно-распорядительные документы);
- правовая: документ является средством закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе (например, законодательные и правовые нормативные акты, документы, приобретающие правовую функцию временно, на период судебного разбирательства);
- функция исторического источника: документ выступает в качестве источника исторических сведений о развитии общества.

Указанные функции имеют интернациональный характер и определяют общие для разных языковых культур требования к документу.

3. Жанровое разнообразие письменной деловой речи

Документы занимают в жизни современного человека значительное место, они регулируют его социальную жизнь. Поэтому с необходимостью правильно истолковывать документы и правильно их составлять сталкивается каждый. Значимость документа, его роли поддерживается на государственном уровне: официальные бумаги подвергаются стандартизации, т.е. требования к составлению документов утверждаются законодательно, через ГОСТ (Государственный стандарт).

Документы описывают самые разнообразные ситуации, возникающие в жизни человека, и для каждого из них существует свой способ описания, свой жанр. Тексты определённого жанра составляются по шаблону, модели, задаваемой этим жанром. Чаще всего автор, создающий документ, не выбирает то или иное языковое средство из ряда синонимичных, а воспроизводит то, которое диктуется ему жанром. Так, для заявления о приёме на работу стандартна фраза *Прошу принять меня на работу в качестве...* и невозможна – *Хочу работать у вас*.

Существует два типа документов:

- **служебная документация** - документы, регламентирующие деятельность учреждений и их работников, органов управления и граждан, им подвластных;
- **официально-деловая переписка** – документы, фиксирующие отношения между различными учреждениями и их работниками, связанными деловой и коммерческой деятельностью.

Жанры официально-деловой переписки определяются в первую очередь целями, которые ставит перед собой составитель: письмо-приглашение содержит информацию о проведении мероприятия и приглашение адресату принять в нём участие, письмо-подтверждение указывает на согласие адресанта с предложениями адресата, в гарантийном письме говорится об обязательствах, которые берёт на себя адресант перед адресатом.

Вопросы и задания:

1. Письменные коммуникации.
2. Виды официально-деловых текстов.
3. Деловое письмо: структура, стилистика.
4. Отчеты, предложения и их разновидности.
5. Резюме: типы и правила оставления.
6. Профессиональные коммуникации посредством современных средств общения.

7. Составьте текст поздравительной речи в честь годовщины деятельности организации.
8. Составьте текст поздравительного письма, адресованного директору фирмы, и сравните с поздравительными текстами, которые вы обычно адресуете своим близким (структура, выбор обращения, самоименование, поздравительные формулы).

Практическое занятие 18: Официально-деловая письменная речь. Правила составления распорядительных документов и договоров.

Цель: Изучить основные группы официально-деловых текстов (деловое письмо, отчет, предложение, резюме).

В результате освоения темы студент должен

знать особенности письменного делового общения;

уметь использовать языковые средства в письменной деловой коммуникации;

владеть навыком оформления различных документов в деловом стиле.

Актуальность темы обусловлена необходимостью овладения студентами компетенциями ОК-5, ОПК-5.

Теоретическая часть:

Документы, составленные в письменной форме, нередко представляются более официальными, чем распоряжения, отданные устно, позволяют сохранить информацию в неизменном виде, оперировать сложной информацией, а также представлять одинаковый материал многим адресатам. Наиболее распространенные официально-деловые тексты – это тексты того или иного вида документов, составленных в целях управления. Деловое письмо в России традиционно характеризуется тем, что документы не циркулируют изолированно и хаотично. Они объединены в унифицированные системы документации, каждая из которых имеет свои требования к форме и содержанию документа. Функционирование учреждений, независимо от уровня подчиненности и формы собственности, невозможно без документирования. При этом в каждом учреждении можно выявить комплекс документов, необходимых и достаточных для нормальной работы. В настоящее время действуют отчетно-статистическая, бухгалтерская, снабженческо-сбытовая, организационно-распорядительная и другие унифицированные системы документации.

Составление распорядительных документов

Основная цель распорядительных документов – регулирование управленческой деятельности. Распорядительные документы относятся к нормативным правовым актам и поэтому обязательны для исполнения. С точки зрения порядка рассмотрения вопросов (принятия решений) все распорядительные документы делятся на две группы:

- 1) документы, издаваемые в условиях коллегиальности;
- 2) документы, издаваемые на принципах единоначалия, т.е. единоличного принятия решения (приказы, указания, распоряжения).

Рассмотрим составление распорядительного документа, издаваемого на принципах единоначалия, – приказа по основной деятельности.

Приказ – это правовой акт, издаваемый единолично руководителем в целях разрешения основных и оперативных задач, стоящих перед организацией.

Приказами по основной деятельности оформляются порядок деятельности предприятия, решения и поручения по организации работы, организационные мероприятия, итоги работы, результаты ревизий и т. д. Формуляр-образец приказа по основной деятельности включает следующие реквизиты: наименование организации – автора документа; наименование вида документа – ПРИКАЗ; дата, номер (в пределах календарного года); место издания (если не указано в названии организации); заголовок; текст; подпись; визы согласования; отметка об исполнении документа и направлении его в дело. *Заголовок* к тексту приказа должен кратко отражать содержание документа, быть максимально точным и емким. Он отвечает на вопрос «о чем?», формулируется с помощью отглагольного существительного

(«о совершенствовании ...») и состоит, как правило, из одной-двух строк. Необходимо помнить, что заголовок приказа облегчает не только регистрацию и поиск документа, но и восприятие текста приказа, а также настраивает на его исполнение.

Текст приказа, как правило, состоит из двух частей: констатирующей и распорядительной, разделенных словом «ПРИКАЗЫВАЮ». В констатирующей части дается обоснование предписываемых действий, формулируются цели и задачи, факты и события, послужившие причиной издания документа. Эта часть текста обычно начинается со сложных отыменных предлогов «В связи...», «С целью...», которые облегчают формулирование текста. В приказе, изданном «во исполнение», констатирующая часть начинается с предлогов «В соответствии...», «На основании...», «Во исполнение...», содержит название вида документа, во исполнение которого издается данный приказ, наименование организации-автора, дату, регистрационный номер и полный заголовок к тексту.

Например: Во исполнение Постановления Правительства Москвы от 06.03.2004 № 543 «О дотации журналу «Моя Москва»...».

Констатирующая часть может отсутствовать, если предписываемые действия не нуждаются в разъяснении или обосновании.

Распорядительная часть текста составляется по пунктам, каждый из которых нумеруется арабскими цифрами и начинается с красной строки.

Например:

1. Утвердить штатное расписание коммерческого отдела на III квартал 2005 г.

Если в приказе даются поручения исполнителям (конкретным должностным лицам, структурным подразделениям), то в каждом пункте необходимо указать их фамилии или наименования, четко сформулировать предписываемое действие и указать срок исполнения.

Например:

«Управлению кадров (Томина И.В.) организовать техническую учебу специалистов по эксплуатации зданий с 10 по 12 октября 2005 г.».

Последний пункт приказа – это пункт о контроле, в котором указываются наименование должности лица, ответственного за исполнение документа, его инициалы и фамилия.

Например:

«Контроль за исполнением приказа возложить на коммерческого директора Смирнова А.А.».

Если руководитель сам будет осуществлять контроль за исполнением приказа, тогда этот пункт будет записан так: «Контроль за исполнением приказа оставляю за собой».

Приказ подписывается руководителем организации, а в его отсутствие – заместителем, при необходимости визируется заинтересованными должностными лицами или службами. Если должностное лицо, подпись которого заготовлена в проекте приказа, отсутствует, приказ перепечатывают, не указывая это должностное лицо.

Дата приказа – это дата его подписания.

Подготовка распорядительных документов на принципах **коллегиальности**.

Примером документа, составленного на принципах коллегиальности, является **протокол** – документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, конференциях, при других формах работы коллегиальных органов. Можно выделить следующие виды протоколов:

- протоколы заседаний, создаваемые в управленческой деятельности;
- следственные протоколы, создаваемые некоторыми административными органами общественного порядка (протокол санитарного инспектора, пожарного инспектора, протокол дорожно-транспортного происшествия);

- протоколы договорного типа (протоколы разногласий, протоколы согласования разногласий, протоколы согласования цены и др.).

Протоколы бывают краткими и развернутыми (полными). В *кратком* протоколе указываются лишь докладчик и тема его доклада, фамилии выступивших в прениях и принятое решение. Естественно, такой протокол не дает представления о ходе обсуждения вопросов, поэтому его рекомендуют вести в случаях, когда:

- протоколируемое событие стенографируется;
- тексты докладов и выступлений будут приложены;
- протоколируется событие оперативного характера.

Во всех остальных случаях протокол должен быть *полным*, т. е. содержать запись (причем не обязательно и даже не желательно «слово в слово») выступлений. Во время заседания протокол ведется сначала в черновой записи, в дальнейшем редактируется и подписывается. В случаях, когда событие стенографируется либо записывается на диктофон, протокол составляется после расшифровки записей. Форма протокола включает следующие реквизиты: наименование учреждения (структурного подразделения); вид документа – ПРОТОКОЛ; дата, порядковый номер заседания и место заседания; заголовок; текст; подписание. Следует иметь в виду, что на протоколе проставляется именно дата заседания, а не окончательного оформления и подписания. Если же заседание продолжалось несколько дней, то указываются даты его начала и окончания – например, 12.09–15.09.05. В реквизите «место» указывается населенный пункт, где происходило событие. Заголовок протокола состоит из указания вида коллегиальной работы (заседание, собрание, совещание) и названия коллегиального органа – например, «Заседание городской думы», «Собрание акционеров». Текст протокола строится по следующей схеме. Вначале указываются председатель, который вел заседание, и секретарь, который вел протокол:

Председатель – Колосов С.Л.

Секретарь – Апарина Т.А.

Затем проставляется отметка о количестве присутствующих членов коллегиального органа. Здесь возможны два варианта: если присутствующих немного, то они перечисляются в алфавитной последовательности, если же большое количество, то их регистрация ведется отдельно, а в тексте делается отметка:

Присутствовали: 26 человек (список прилагается).

Эта отметка необходима для того, чтобы зафиксировать, что принятое решение имеет юридическую силу, поскольку кворум был.

Далее приводится повестка дня, в которой перечисляются с порядковой нумерацией вопросы, вынесенные на рассмотрение. Вопросы нумеруются и записываются, как правило, в предложном падеже.

Например:

1. Перспективы развития туризма в регионе. Докладывает председатель комиссии И.П. Челнов.

Затем следует содержательная часть текста, которая состоит из трех разделов: СЛУШАЛИ – ВЫСТУПИЛИ – ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ).

В разделе СЛУШАЛИ указывается докладчик и кратко излагается суть его выступления. Если докладчик представил письменный текст, то необходимость в протоколировании отпадает, а в протоколе делается следующая запись;

СЛУШАЛИ:

1. Челнов И.П. – текст прилагается.

Если в ходе выступления докладчику были заданы вопросы, то они и ответы к ним записываются в порядке поступления.

Например:

Копьева Н.Н. – Какое предусматривается финансирование?

Челнов И.П. – Это пока детально не прорабатывалось.

По этой же схеме записывается и текст раздела ВЫСТУПИЛИ.

Раздел ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ) оформляется как распорядительная часть приказа, т. е. состоит из пунктов с порядковой нумерацией.

Например:

1. Челнову И.П. представить на утверждение программу развития туризма с учетом высказанных замечаний до 10.12.05.

В случае, когда в одном пункте необходимо записать несколько указаний, он разбивается на подпункты с поднумерацией. При протоколировании избрания должностных лиц указываются результаты голосования, причем отдельно по каждой кандидатуре.

Завершается протокол подписанием, которое проставляется по общему типу:

Председатель (подпись) С.Л. Колосов.

Секретарь (подпись) Т.А. Апарина.

От квалификации специалиста, ведущего протокол, во многом зависят качество документа, ясность и четкость его текста.

Договор. Это документ, юридически оформляющий взаимные обязательства равноправных партнеров. Существует немало разновидностей договоров: поставки, купли-продажи, аренды, обслуживания и т. д. При приеме на работу с сотрудниками также заключают договор, который обычно именуют контрактом. Какие бы взаимоотношения ни оформлялись в виде договора, есть элементы текста, которые обязательны для каждого договора. Эти элементы можно записывать по-разному, располагать в разной последовательности, выносить иногда в приложение, являющееся неотъемлемой частью договора, но без них документ будет неполным. Имеются в виду следующие элементы текста.

1. **Обозначение сторон, вступающих в договорные отношения.** Здесь принято указывать название организаций и фамилии должностных (либо частных) лиц, подписывающих договор, основания, на которых они действуют, и условные обозначения, которые будут заменять их в тексте документа. При этом следует учитывать, что должностное лицо, подписавшее договор, должно быть полномочно это делать. Основанием, как правило, служит устав организации, предусматривающий осуществление деятельности, записанной в договоре. Если подобная деятельность должна осуществляться при наличии лицензии, то должны быть указаны номер лицензии и дата ее выдачи.

Условные обозначения сторон, вступивших в договорные отношения, необходимы для того, чтобы в дальнейшем в тексте не повторять их названия полностью.

Например, «Заказчик» и «Исполнитель»; «Продавец» и «Покупатель»; «Фирма» и «Клиент» и т. д.

2. **Предмет договора.** Указывается, что именно является общей целью договора – творческое содружество, поставка товара, туристское обслуживание, подготовка кадров и др.

3. **Обязательства сторон.** Четко формулируется, какие именно обязательства берут на себя договаривающиеся стороны. Эта часть договора (контракта) должна быть особенно продуманной, так как последствия упущенного или непонятого могут быть весьма существенными. Не следует брать на себя обязательств, в выполнении которых нет твердой уверенности, а также лишних обязательств, не влияющих на выполнение предмета договора.

4. **Финансовые взаимоотношения.** Записываются условия оплаты выполненных по договору работ. В одних случаях финансовые обязательства берет на себя одна из сторон (оплата труда нанимаемого работника, оплата туристских, юридических, переводческих и иных услуг), в других – обе стороны (оплата взаимопоставок). Нередко финансовые взаимоотношения расшифровываются в смете, которая приводится в приложении, являющемся неотъемлемой частью договора.

5. **Ответственность сторон.** Формулируется, какие санкции будут применены к стороне, нарушившей взятые на себя обязательства. Если характер договора не требует детализации, то запись может быть сделана в обобщенной форме.

Например: «При невыполнении условий договора стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством».

6. **Форс-мажор.** При действии обстоятельств непреодолимой силы (пожар, наводнение, террористический акт, объявление войны, изменения законодательства и др.) выполнение договора может быть прекращено либо приостановлено, и стороны ответственности за это не несут.

7. **Прочие условия договора.** Указываются срок действия договора, количество экземпляров документа, имеющих юридическую силу, порядок продления, дополнения или досрочного расторжения договора, порядок внесения изменений и иные условия.

8. **Юридические адреса и подписи сторон.** Приводятся почтовые адреса сторон, банковские реквизиты (для юридических лиц), проставляются подписи лиц, указанных в первой части договора, и печати организаций, вступивших в договор.

Вопросы и задания:

1. Назовите особенности составления официально-деловых текстов в нашей стране.
2. Опишите процедуру создания распорядительных документов (приказов, протоколов и т.п.). Какие реквизиты они включают.
3. Назовите элементы текста, которые обязательны для каждого договора.
4. Составьте текст протокола заседания студентов вашей группы по вопросу делегирования двух студентов на Международную конференцию.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: учеб. пособие / И.Н. Кузнецов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 348 с.
2. Сидоров П.И. Деловое общение: учебник / П.И. Сидоров, М.Е. Путин, М.Е. Коноплева; под ред. П.И. Сидорова. – 2-е изд., перераб. – М.: ИНФРА-М, 2012.

Дополнительная литература:

1. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
2. Введенская Л.А. Деловая риторика: учеб. пособие / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д: Март, 2010. – 488 с.
3. Перепелицына Ю.Р. Теория и практика профессиональной коммуникации на русском языке [Электронный ресурс]: практикум / Ю.Р. Перепелицына. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 186 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru> – ЭБС «IPRbooks»
4. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
5. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие для учащихся высших учебных заведений / Б.Л. Яшин. - М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 243 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

Интернет-ресурсы:

- <http://www.biblioclub.ru>
- <http://www.iprbookshop.ru>
- <http://www.catalog.ncstu.ru>