

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
НЕВИННОМЫССКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ  
(ФИЛИАЛ)

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к практическим занятиям

по дисциплине

Устные и письменные коммуникативные технологии в

профессиональной сфере

Направление подготовки 15.04.04

«Автоматизация технологических процессов и производств» Направленность  
(профиль) «Информационно-управляющие системы»

Форма обучения - очно-заочная

Год начала обучения 2022

Реализуется в 1 семестре

Невинномысск, 2022

# **СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

## ВВЕДЕНИЕ

Включение дисциплины «Устные и письменные коммуникативные технологии в профессиональной сфере» 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 посетить 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.

## РАЗДЕЛ 1. . Коммуникативные технологии в профессиональной сфере

### 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 УК-4

#### Теоретическая часть:

Сущность речевой коммуникации, ее модель. Функции речевой коммуникации. Виды коммуникации.

**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, поцелуй).
- 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.*

#### **Рекомендуемая 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

#### **Интернет-ресурсы:**

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

### **Практическое занятие №2. Профессиональная коммуникация как механизм взаимодействия в сфере деловых отношений. Составляющие компоненты успешной речевой коммуникации. Речевой подтекст. Метаязык.**

**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 УК-4,

#### **Теоретическая часть:**

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

**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.*

### **Рекомендуемая 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

### **Интернет-ресурсы:**

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

**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 УК-4,

### **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 эмоцион. 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 передачи 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 челов. 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, приятно 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.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
2. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

### **Интернет-ресурсы:**

- 1 <http://www.gramota.ru>
- 2 <http://www.biblioclub.ru>
- 3 <http://www.iprbookshop.ru>
- 4 <http://www.catalog.ncstu.ru>

**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 УК-4,

### **Теоретическая часть:**

#### **Невербальные средства общения.**

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 ср-в 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 удара. Экстра-лингв. 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, обстановки, 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).

#### **Рекомендуемая литература:**

4. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
5. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
6. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

- 5 <http://www.gramota.ru>
- 6 <http://www.biblioclub.ru>
- 7 <http://www.iprbookshop.ru>
- 8 <http://www.catalog.ncstu.ru>

## **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 и их влияние на процесс профессиональной коммуникации.

**В результате освоения темы студент должен**

**знать** основные типы коммуникабельности людей, 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 УК-4,

#### **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, скрытый, 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. Аугустинавичюте. В соционике на основании четырех параметров – логика, этика, сенсорика 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 сформулировать 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 перекакивает 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 *трансакты* – 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.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
2. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. –

СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

4. Томашевская К.В. Речевая коммуникация в туристской сфере: учеб. пособие / К.В.Томашевская, Е.А.Соколова. – М.: Академия, 2012. – 240 с.

**Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.gramota.ru>
2. <http://www.biblioclub.ru>
3. <http://www.iprbookshop.ru>
4. <http://www.catalog.ncstu.ru>

**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 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** 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 УК-4,

**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 эпитетами, 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, ложка, таз, тарелка, вилы именно женщина в соевой 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 — не прямые 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 - важнейшая 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.

### Рекомендуемая литература:

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
2. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
4. Томашевская К.В. Речевая коммуникация в туристской сфере: учеб. пособие / К.В.Томашевская, Е.А.Соколова. – М.: Академия, 2012. – 240 с.

### Интернет-ресурсы:

1. <http://www.gramota.ru>
5. <http://www.biblioclub.ru>
6. <http://www.iprbookshop.ru>
7. <http://www.catalog.ncstu.ru>

### Практическое занятие №7. Основы межкультурной коммуникации. Национальные особенности и их влияние на профессиональную коммуникацию.

**Цель:** изучить специфику национального и межнационального общения представителей разных стран.

**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 УК-4,

### 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 политиче-

ской, 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 беспрепятственно, 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 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 удается редко, – будут возникать постоянные конфликты.

Ричард Люис 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 увидиться 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?*

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
2. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
3. Долгова И.В. Практика ведения внешнеторговых переговоров / И.В.Долгова, А.А.Малышев; Всерос. акад. внеш. торговли. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
4. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
5. Томашевская К.В. Речевая коммуникация в туристской сфере: учеб. пособие / К.В.Томашевская, Е.А.Соколова. – М.: Академия, 2012. – 240 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.gramota.ru>
2. <http://www.biblioclub.ru>
3. <http://www.iprbookshop.ru>
4. <http://www.catalog.ncstu.ru>

**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 специфику ведения переговоров с представителями 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 УК-4,

#### **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.

### **Рекомендуемая литература:**

6. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация. – М.: Академия, 2012.
7. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
8. Долгова И.В. Практика ведения внешнеторговых переговоров / И.В.Долгова, А.А.Мальшев; Всерос. акад. внеш. торговли. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
9. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
10. Томашевская К.В. Речевая коммуникация в туристской сфере: учеб. пособие / К.В.Томашевская, Е.А.Соколова. – М.: Академия, 2012. – 240 с.

### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.gramota.ru>
2. <http://www.biblioclub.ru>
3. <http://www.iprbookshop.ru>
4. <http://www.catalog.ncstu.ru>

## **Практическое занятие №9. Деловой этикет в профессиональной коммуникации. Речевой этикет в профессиональной коммуникации. Этические принципы речевого поведения.**

**Цель:** Изучить основы речевого этикета в профессиональной коммуникации.

**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 УК-4,

### **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; тер-

пимость; 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 проведенные совещания, созываемые по каждому поводу, наносят большой вред, так как они пожирают время сотрудников, отвлекая их от основной работы, и вырабатывают несерьезное, 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 обществу 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.

**Рекомендуемая литература:**

1. Шарухин А.П. Психология делового общения: учебник / А.П.Шарухин, А.М.Орлов. – М.: Академия, 2012.
2. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: учеб. пособие / И.Н. Кузнецов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 348 с.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

**Интернет-ресурсы:**

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

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**Перечень основной литературы:**

1. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи : Учеб. пособие. — Электрон. текст. дан. — М. : Логос, 2014. — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/39711>.
2. Русский язык для бакалавров и магистров. Орфография. Пунктуация. Часть 1 : учебно-методическое пособие / А. А. Голубева, Н. В. Медведева, О. В. Филина, Л. С. Фоминых ; под редакцией Н. В. Медведева. — Пермь : Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2016. — 228 с. — ISBN 978-5-85218-818-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/70651.html>
3. Русский язык и культура речи : Учебные издания для высшей школы / Под общ. ред. В.Д. Черняк. — М. : Юрайт, 2011..
4. Рябушкина, С.В. Русский язык: практикум по правописанию : учебное пособие / С.В. Рябушкина. - 2-е изд., испр. и доп. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 172 с. - Биб- лиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5993-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426423>

**5. Перечень дополнительной литературы:**

1. Коробейникова, А.А. Речевая служебная культура: практикум / А.А. Коробейникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : ОГУ, 2015. - 172 с.: табл. - ISBN 978-5-7410-1181-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330545>

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система IPRbooks;
- <http://window.edu.ru> – Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам;
- <http://catalog.ncfu.ru> – электронные каталоги Ассоциации электронных библиотек учебных заведений и организаций СКФО;



## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ СООБЩЕНИЯ

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика профессиональной коммуникации» студенты очной формы обучения готовят сообщение (презентацию). Приступая к подготовке сообщения, необходимо, прежде всего, подобрать литературу по теме, изучить ее, при этом не следует ограничиваться изучением только обязательной литературы. Рекомендуется использовать материалы, публикуемые в периодической печати, вновь вышедшую литературу по вопросам данной дисциплины, источники Интернета.

Не следует дословно переписывать текст учебника или других источников. Приводя цитаты, цифровые данные необходимо указывать источники, в которых они были приведены. Для более полного раскрытия вопроса возможно использование графического материала, таблиц, рисунков.

При подготовке сообщения-презентации следует помнить о следующих требованиях:

- Первый слайд презентации должен содержать наименование проекта (работы), фамилию, имя, отчество исполнителя, номер учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность, ученую степень руководителя.
- Не должно быть черных надписей на сиреновом фоне (или других подобных сочетаний). Текст должен хорошо читаться.
- Не используйте больше 2-3 цветов на слайде.
- Контрастные цвета помогают привлечь внимание, подчеркнуть главное.
- Один и тот же элемент на разных слайдах должен быть одного цвета.
- Необходимо использовать максимальное пространство экрана (слайда), например, растянув рисунки.
- По возможности используйте верхние  $\frac{3}{4}$  площади экрана (слайда), т.к. с последних рядов нижняя часть экрана обычно не видна.
- Перед использованием скриншотов проверьте текст на наличие ошибок, чтобы на изображении не остались красные (зеленые) подчеркивания ошибок, следует использовать скриншоты перед просмотром.
- При использовании скриншотов лишние элементы (панели инструментов, меню, пустой фон и т.д.) необходимо обрезать.
- Не перегружайте слайды анимационными эффектами. Для смены слайдов используйте один и тот же анимационный эффект.
- Если слайд содержит единицы измерения в  $m^2$  или  $m^3$ , нужно использовать верхние индексы (Формат - Шрифт - надстрочный).
- Необходимо проверять правильность написания названий улиц, фамилий авторов методик и т.д.
- На предпоследний слайд желательно вынести самое основное, главное, что было в презентации.
- Заключительный слайд обычно содержит слова «Благодарю за внимание».

В случае затруднений при написании доклада студенту следует обратиться за консультацией к преподавателю, ведущему данный курс.