

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет  
Южно-Уральский научный центр  
Российской академии образования (РАО)

Е. Ю. Никитина, А. В. Ворожейкина, Я. А. Айрих,

## КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Учебное пособие  
для обучающихся в магистратуре  
по направлению 44.04.01 — «Педагогическое образование  
(профиль: «Педагогика высшей школы»)

Челябинск  
2021

УДК 42/49(07) : 378(021)  
ББК 81.2-9 : 74.480.05я73  
Н62

Рецензенты:

д-р пед. наук, доцент О. Ю. Афанасьева;  
канд. пед. наук, доцент Н. В. Маврина

**Никитина, Елена Юрьевна**

Н62      Культура делового общения : учебное пособие для обучающихся в магистратуре по направлению 44.04.01 — «Педагогическое образование (профиль: «Педагогика высшей школы») / Е. Ю. Никитина, А. В. Ворожейкина, Я. А. Айрих ; Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. — [Челябинск] : Южно-Уральский научный центр РАО, 2021. — 241 с.  
ISBN 978-5-907408-87-6

Настоящее учебное пособие предназначено для самостоятельной работы магистрантов, изучающих дисциплину «Культура делового общения». Его содержание соответствует требованиям ФГОС ВО — магистратура по направлению подготовки 44.04.01 — «Педагогическое образование», профиль «Педагогика высшей школы», заочная форма обучения. Цель настоящего издания — познакомить магистрантов с современным состоянием лингводидактики и сформировать у них навыки работы с источниками научной и научно-методической информации в рамках данного раздела. В пособии представлены научные и методические аспекты учебного курса «Культура делового общения».

УДК 42/49(07) : 378(021)  
ББК 81.2-9 : 74.480.05я73

ISBN 978-5-907408-87-6

© Никитина Е. Ю., Ворожейкина А. В., Айрих Я. А., 2021  
© Оформление. Южно-Уральский научный центр РАО, 2021

## Содержание

<b>Пояснительная записка .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Методические аспекты освоения учебного курса «Культура делового общения» .....</b>	<b>5</b>
1.1 Место учебной дисциплины в образовательном процессе высшей школы .....	5
1.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	10
<b>2 Научные исследования по актуальным проблемам культуры делового общения .....</b>	<b>15</b>
2.1 Деловое общение как социально-психологическая категория .....	15
2.2 Функциональная дифференциация стилей современного литературного языка .....	39
2.3 Русский речевой этикет .....	76
2.4 Манипуляции в общении .....	93
2.5 Руководство и лидерство. Управление коллективом .....	110
2.6 Типы конфликтов и управление конфликтной ситуацией .....	134
2.7 Имидж делового человека .....	161
<b>3 Глоссарий .....</b>	<b>177</b>
<b>4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....</b>	<b>209</b>
4.1 Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....	209

4.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы .....	213
.....	
<b>5 Фонд оценочных средств по дисциплине «Культура делового общения» .....</b>	<b>215</b>
.....	

## Пояснительная записка

Настоящее учебное пособие предназначено для самостоятельной работы магистрантов, обучающихся по дисциплине «Культура делового общения» (заочная форма обучения). Его содержание соответствует требованиям ФГОС ВО — магистратура по направлению подготовки 44.04.01 — «Педагогическое образование» (профиль: «Педагогика высшей школы»).

Первый раздел посвящён описанию целевого и компетентностного компонентов данного учебного курса, представлены формулировки компетенций в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования, выявлены формы и методы развития культуры общения будущих специалистов в нестандартной ситуации.

Вторая глава издания представляет собой комплекс научных исследований по актуальным проблемам культуры делового общения профессионально мобильного специалиста. Теоретическая и практическая значимость этих материалов обуславливает их использование в качестве источника профессиональных знаний по курсу «Культура делового общения». Учебное пособие охватывает следующие сферы научных исследований: функционально-стилевая дифференциация современного литературного языка, деловое общение как социально-психологическая категория, русский речевой этикет, манипуляции, руководство и лидерство, управление коллективом, манипуляции в общении, типы конфликтов и управление конфликтной ситуацией, имидж делового человека.

Следующие разделы учебного пособия содержат список ключевых понятий, овладение которыми является необходимым условием формирования у магистрантов необходимого понятийно-терминологического аппарата; приведен перечень научных статей, монографий, учебников и учебных пособий, авторами которых являются ведущие специалисты в области культуры делового общения. Научные и методические издания из этого списка предназначены для применения в работе над магистерской диссертацией, рефератом, при подготовке к практической профессиональной деятельности, а также для расширения их профессионального кругозора.

После каждого раздела приведены вопросы для рефлексии, рассчитанные на контроль понимания прочитанного и умение экстраполировать извлеченные знания на свою практическую деятельность.

Фонд оценочных средств может быть использован в целях самоконтроля усвоения учебного курса.

# 1 Методические аспекты освоения учебного курса «Культура делового общения»

## 1.1 Место учебной дисциплины в образовательном процессе высшей школы

Дисциплина «Культура делового общения» относится к предметно-практическому модулю части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» (уровень образования — магистр). Общая трудоемкость дисциплины составляет две зачётных единицы (з. е.), 72 часа.

Изучение дисциплины основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при освоении обучающимися следующих дисциплин: «Деловой иностранный язык», «Имидж педагога высшей школы», «Инновационные процессы в образовании», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Лингвопедагогика», «Маркетинг в высшем образовании», «Педагогика высшей школы», «Профессиональной коммуникации», «Теория деловой коммуникации», «Управленческая культура работников высшей школы», «Цифровая педагогика», при проведении следующих практик: «производственная практика (педагогическая)», «производственная практика (научно-исследовательская работа)», «учебная практика (научно-исследовательская работа)», «учебная практика (по педагогике высшей школы)».

Дисциплина формирует компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Деловое общение конкурентоспособного специалиста», «Инновационный менеджмент в высшем образовании», «Основы профессиональной межкультурной коммуникации», «Профессионально-этические основы деятельности преподавателя вуза», «Управление качеством профессионального образования».

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов представления о культуре делового взаимодействия, а также целостного представления об общей культуре человека как фактора успешности его профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

– изучить законы построения текстов, особенности общения, требования к публичному выступлению и сущность основных педагогических технологий взаимодействия с участниками образовательного процесса;

– научить различать функциональные стили в речевой практике, вербальной и невербальной коммуникации, вести деловую беседу, конструктивный диалог, выбирать формы, методы делового взаимодействия учителя, администрации, работодателей;

– сформировать способность к культуре делового общения, навык овладения профессионально значимыми письменными и устными жанрами — делового взаимодействия с участниками образовательного процесса.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с ожидаемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблицах №№ 1, 2.

Таблица 1 — Содержание компетенции по ФГОС ВО (3++) по дисциплине «Культура делового общения»

<b>Код и наименование компетенции по ФГОС ВО (3++)</b>	
ПК-1	– способен реализовывать образовательный процесс в системе общего, профессионального и дополнительного образования
УК-5	– способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	
ПК-1.1	– знает психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
ПК-1.2	– умеет использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
ПК-1.3	– владеет опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
УК-5.1	– знает национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия
УК-5.2	– умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации
УК-5.3	– владеет способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей

Примечания:  
 ПК — Профессиональная компетенция;  
 УК — Универсальная компетенция

Таблица 2 — Содержание индикаторов достижения компетенции по дисциплине «Культура делового общения»

Код индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
ПК-1.1	3.1 ПК-1.1 — знает психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
ПК-1.2	У.1 ПК-1.2 — умеет использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
ПК-1.3	В.1 ПК-1.3 — владеет опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования
УК-5.1	3.2 УК-5.1 — знает национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия
УК-5.2	У.2 УК-5.2 — умеет грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации
УК-5.3	В.3 УК-5.3 — владеет способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей
<p>Примечания:          ПК — Профессиональная компетенция;          УК — Универсальная компетенция;          З — Знать;          У — Уметь;          В — Владеть</p>	

Распределение трудоемкости учебной работы, видов занятий и форм промежуточной аттестации по дисциплине «Культура делового общения» в четвертом семестре поясняется в таблицах №№ 3, 4.

Таблица 3 — Трудоемкость учебной нагрузки по дисциплине «Культура делового общения»

Наименование раздела дисциплины, тема	Вид учебной работы и трудоемкость, час*				
	Л	ЛЗ	ПЗ	СРС	Контроль
Тема 1 Функционально-стилевая дифференциация современного литературного языка	2	—	—	8	10
Тема 2 Деловое общение как социально-психологическая категория	—	—	2	8	10
Тема 3 Русский речевой этикет	2	—	—	8	10
Тема 4 Манипуляции в общении	—	—	2	8	10
Тема 5 Руководство и лидерство. Управление коллективом	2	—	—	8	10
Тема 6 Типы конфликтов и управление конфликтной ситуацией	—	—	2	8	10
Тема 7 Имидж делового человека	—	—	2	6	8
Всего	6	—	8	54	68
<p>*Примечания:  час — академический час;  Л — лекция;  ЛЗ — лабораторное занятие;  ПЗ — практическое занятие;  СРС — самостоятельная работа студентов  «—» — учебная работа не предусмотрена</p>					

Таблица 4 — Трудоемкость учебной работы в период промежуточной аттестации по дисциплине «Культура делового общения»

Форма промежуточной аттестации, час	
Зачет	4 (ЗФО)
Итого по дисциплине «Культура делового общения»	72

## 1.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

### *Лекция*

Лекция — одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

### *Практические (семинарские занятия)*

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

### *Экзамен*

Экзамен преследует цель оценить работу обучающегося за определенный курс: полученные теоретические знания, их прочность, развитие логического и творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения анализировать и синтезировать полученные знания и применять их для решения практических задач.

Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, утвержденным заведующим кафедрой. Экзаменационный билет включает в себя два вопроса и задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения обучающихся не позднее чем за один месяц до экзаменационной сессии.

В процессе подготовки к экзамену организована предэкзаменационная консультация для всех учебных групп.

При любой форме проведения экзаменов по билетам экзаменатору предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы, задачи и примеры по программе данной дисциплины. Дополнительные вопросы, как и основные, требуют развернутого ответа.

Результат экзамена выражается оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

### *Конспект урока*

Конспект урока — это полный и подробный план предстоящего урока, который отражает его содержание и включает развернутое описание его хода.

Содержание урока зависит от множества факторов: предмета, возрастной группы учащихся, вида урока и т.д. Однако основные принципы составления конспекта урока являются общими.

Основные требования к составлению конспекта урока:

- методы, цели, задачи урока должны соответствовать возрасту учащихся и теме занятия;
- цели и задачи должны быть достижимы и четко сформулированы;
- наличие мотивации к изучению темы;
- ход урока должен способствовать выполнению поставленных задач и достижению целей.

### *Схема плана-конспекта урока*

1. Тема урока. Информативное и лаконичное определение того, чему посвящено занятие.

2. Цели урока. Цели указывают на то, зачем проводится занятие и что оно даст учащимся.

3. Планируемые задачи. В данном разделе указывается минимальный набор знаний и умений, который учащиеся должны приобрести по окончании занятия.

4. Вид и форма урока. Указывается к какому виду относится урок (ознакомление, закрепление, контрольная и др.) и в какой форме он проходит (лекция, игра, беседа и т. д.)

5. Ход урока. Этот раздел является самым объемным и трудоемким. Он включает в себя подпункты, которые соответствуют этапам урока (приветствие, опрос, проверка домашнего задания и т. д.). Все они должны быть озаглавлены, а также учитель должен указать количество отведенного времени для каждого элемента. В конспекте описываются задачи, содержание, деятельность обучающихся на каждом этапе урока.

6. Методическое обеспечение урока. В этом пункте учитель указывает все, что будет использоваться в ходе урока (учебники, раздаточный материал, карты, инструменты, технические средства и т.д.).

Схема плана-конспекта урока может быть дополнена другими элементами.

### *Задача*

Задачи позволяют оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

Алгоритм решения задач:

1. Внимательно прочитайте условие задания и уясните основной вопрос, представьте процессы и явления, описанные в условии.

2. Повторно прочтите условие для того, чтобы чётко представить основной вопрос, проблему, цель решения, заданные величины, опираясь на которые можно вести поиск решения.

3. Произведите краткую запись условия задания.

4. Если необходимо, составьте таблицу, схему, рисунок или чертёж.

5. Установите связь между искомыми величинами и данными; определите метод решения задания, составьте план решения.
6. Выполните план решения, обосновывая каждое действие.
7. Проверьте правильность решения задания.
8. Произведите оценку реальности полученного решения.
9. Запишите ответ.

### *Информационный поиск*

Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации.

Содержание задания по видам поиска:

– поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий);

– поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация;

– поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.).

Выполнение задания:

1. Определение области знаний;
2. Выбор типа и источников данных;
3. Сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
4. Отбор наиболее полезной информации;
5. Выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т. д.);
6. Выбор алгоритма поиска закономерностей;
7. Поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
8. Творческая интерпретация полученных результатов.

### *Анализ текста*

Анализ текста может проводиться на разных лингвистических уровнях:

- 1) фонетический анализ текста;
- 2) фоностилистический анализ текста;
- 3) лексико-грамматический анализ текста;
- 4) лингвостилистический анализ;
- 5) предпереводческий анализ текста;

б) переводческий анализ текста.

*Доклад (сообщение)*

Доклад — развернутое устное (возможен письменный вариант) сообщение по определенной теме, сделанное публично, в котором обобщается информация из одного или нескольких источников, представляется и обосновывается отношение к описываемой теме.

Основные этапы подготовки доклада:

- 1) четко сформулировать тему;
- 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации:
  - первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.);
  - вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.);
  - третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.);
- 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;
- 4) написать доклад, соблюдая следующие требования:
  - структура доклада должна включать краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;
  - в содержании доклада общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;
- 5) оформить работу в соответствии с требованиями.

## 2 Научные исследования по актуальным проблемам культуры делового общения

### 2.1 Деловое общение как социально-психологическая категория

Общение является необходимым условием всякой совместной деятельности. Это процесс установления и развития контакта между людьми, обмена информацией, восприятия ими друг друга и их взаимодействие. Первичным условием общения между людьми является их контакт в той или иной форме. Это прежде всего контакт вербальный, когда люди обмениваются информацией друг с другом в устной (разговор) или письменной форме (переписка). Возможен также контакт невербальный, представляющий собой любую форму связи между людьми за исключением словесной (т. е. сугубо лингвистической). Невербальный контакт — это взаимное восприятие лицезвещаний, позы и жестов, тактильно-мышечные формы (например, объятия, поцелуи, рукопожатия и т. д.), контакт глаз. Дистанция между людьми также может рассматриваться как один из важных компонентов невербального общения. Та или иная величина этой дистанции обычно привносит определенный смысл в какой-либо межличностный контакт. Замечено, что если мы хотим дать понять другому человеку о своем хорошем расположении, то порой даже неосознанно подходим к нему как можно ближе. Существует несколько типов дистанции в ситуациях межличностного контакта:

- интимная дистанция (около 45 см между людьми);
- личная дистанция (от 45 см до чуть более одного метра);
- социальная дистанция (от чуть более одного метра до трех метров и более);
- публичная дистанция (от чуть более трех метров до тех пределов, в которых человека можно услышать (так же и при наличии микрофона).

Телодвижения человека, его поза и жесты наряду с выражением лица также могут нести о нем ту или иную информацию. В последние годы изучение коммуникативных функций телодвижений (языка тела) выделилось в качестве отдельной ветви научного знания (кинесики). Считается, что имеется около 50–60 основных типов телодвижений (языка тела), которые составляют сердцевину невербального языка тела. Его основные единицы используются одновременно для того, чтобы выразить тот или иной смысл, во многом подобно тому, как произнесенные звуки сочетаются, образуя слова, полные значения. В целом позы и жесты человека в сочетании с его лицезвещаниями и взглядом могут нести о нем обширную информацию. Обычно

невербальные стороны речи сочетаются с вербальными. При этом в ситуациях разговора двух и более людей друг с другом важную роль играют паралингвистические стороны речи, такие как ее громкость, акцент, ритм, темп и тембр.

Гармония межличностных отношений возможна при достаточно выраженных сближающих чувствах, превышающих по силе удаляющие чувства. Но несоразмерные сближающие чувства — заостренные, нарушают гармонию. Безграничное единство может приводить к бездумному согласию, к общности с одинаковостью во всем и, таким образом, к потере собственной индивидуальности. Дружелюбие ко всем может выступить основой неразборчивости в межличностных отношениях и неадекватно сниженной критичности в оценках людей. Добросердечие может переходить во всепрощенчество (беспринципность), а уверенность — в неадекватную самоуверенность или уверенность в собственной непогрешимости. Собственная значимость может перейти в собственную сверхценность, а гордость — в гордыню, признательность — в утрированную благодарность и неадекватное восхваление, уважение — в культовое преклонение и идолопоклонство, любовь — в любовную слепоту (неспособность видеть и воспринимать что-либо иное кроме объекта любви, фиксированность с обеднением, уходом на второй план всей гаммы чувств). Уважение, перешедшее в культовое преклонение, порождает сильные удаляющие чувства по отношению ко многим окружающим, инициирует ряд удаляющих чувств — презрение, отвращение, ненависть. Преклонение при фиксации на одном объекте может перейти в фанатизм.

Дистанция между людьми может быть определена этнокультурными различиями. Контакт между людьми может осуществляться в различных формах. При этом очевидно, что для полного взаимопонимания общающихся людей необходим в первую очередь общий язык (в лингвистическом смысле) — русский, английский, французский и т. д., — любой из многообразия языков, существующих в мире. Как важное дополнение к одному из подобных языков может выступать общность языка жестов. Незнание смысла каких-либо жестов, характерных для представителей той или иной культуры, также вносит непонимание в контакты представителей различных культур. Однако порой даже люди, с детства владеющие одним и тем же языком, прежде всего в лингвистическом смысле, не могут понять друг друга. Для адекватного понимания какого-либо сообщения необходима определенная общность «тезаурусов» как запаса семантической информации отправителя и адресата. Исследованием тезаурусных структур в наши дни занимаются практически все гуманитарные науки — лингвистика, психология, социология, культурология, философия, семиотика. Однако единое представление о том, что такое

тезаурус в общенаучном понимании еще не выработано. Представители разных наук предлагают собственное видение структуры и содержания данного понятия. В лингвистике, откуда пришло это понятие, оно означало «сокровищницу языка». Термин «тезаурус адресата (индивидуума)», введен в информатику Ю. А. Шрейдером), как основы для представления предметной области отправителя информации в виде онтологии адресата. Например: отправитель информации — это автор, а его предметная область (источник информации) — совокупность накопленной информации в виде публикаций. Размещая данные в свободном доступе в интернете, автор (источник информации) запускает процесс информатизации. В результате изучения адресатом входной общественной информации его тезаурус может изменяться. Наиболее близким к понятию «тезаурус» в настоящее время признается понятие «картина мира», а именно «представление о мире» как совокупность информации, которой располагает тот или иной человек. Тезаурус сегодня чаще понимается как система знаний отдельного человека, существует достаточно оснований говорить и об «общечеловеческом», «общеязыковом», «всеобщем», а также «национальном» и «межъязыковом», «интернациональном тезаурусе». Также важно отметить, что у каждого индивида в различных ситуациях общения актуализируется определенный фрагмент тезауруса. Тезаурус каждого отдельного человека может представляться как потенциально открытое множество иерархий знаний (своя картина мира), из которых в каждой ситуации реализуется только одна — актуальный тезаурус. Тот или иной жест руководителя может не иметь никакого смыслового значения для новичка, но быть вполне конкретным приказом с точки зрения старожилы данной организации. Таким образом, согласованность тезаурусов участников общения является предпосылкой для их взаимопонимания. Отметим, что необходимыми условиями общения являются контакт между участниками, их общий язык и общность их тезаурусов (системы понятий). Большие различия в запасе информации препятствуют пониманию людьми друг друга. Так, психолог, оказавшийся случайно среди специалистов по физической химии, рассказывающих о своих работах, даже при наличии некоторого контакта с этими людьми и общего языка (допустим, русского) почти ничего не поймет из услышанного разговора.

В соответствии с подходом, общепринятым в отечественной психологии, структура общения включает в себя три компонента: перцепцию или перцептивный компонент общения — психический контакт, возникающий между индивидами и реализующийся в процессе их взаимного восприятия; коммуникацию или коммуникативный компонент — обмен информацией с помощью вербальных или невербальных средств; интеракцию или интерак-

тивный компонент — взаимное влияние людей друг на друга. Конечно, в реальности эти компоненты настолько взаимосвязаны, что такое расчленение возможно лишь с целью научного анализа. Такой подход к пониманию структуры общения впервые был сформулирован советским и российским философом и психологом Б. Д. Парыгиным в начале 1970-х г. г. Социально-психологическая концепция, разработанная Борисом Дмитриевичем Парыгиным, характеризует важные тенденции в развитии социально-психологической науки. Личность и общение он рассматривал с позиций структурно-динамического подхода, исследуя два интегрирующих социально-психологических феномена человека — духовный потенциал личности и её социально-психологические барьеры. Особую роль в структуре личности он отводит эмоциональному фактору. Вводит понятие психического настроения, который является не только неосознанным эмоциональным фоном, соответствующим невербальному психическому поведению, но и умонастроением, т. е. осознанным переживанием, системой мотивации и планов поведения, соответствующим вербальному психическому поведению. Общение является фактором, порождающим психическую активность личности, деятельность и жизнедеятельность, т. е. жизнь личности как социального существа. Коммуникацию можно определить как акт или процесс передачи информации одного лица другому (или группе лиц) и ее восприятие последними. Таким образом, для осуществления любой коммуникации необходимы как минимум два человека — отправитель информации и ее адресат. Следует подчеркнуть особую важность восприятия сообщения тем лицом или лицами, в адрес которых оно направлено. Так, если руководитель отдал какой-либо приказ, который не дошел до его сотрудников, нельзя говорить о наличии коммуникации.

Элементами коммуникационного процесса являются:

- 1) отправитель (источник) информации;
- 2) информация;
- 3) канал (официальный или неофициальный);
- 4) адресат информации.

Необходимо отличать каналы (т. е. пути прохождения информации) от различных средств, используемых при передаче информации. В качестве таких средств выступают бумажные носители, интернет, телефон, телеграф, радио, телевидение. Передача информации может быть осуществлена и непосредственным образом — когда участники коммуникации взаимодействуют лицом к лицу. На заключительной стадии коммуникационного процесса адресат информации воспринимает ее и интерпретирует. Подчеркнем, что роли участников процесса коммуникации во многих случаях нельзя разделить на

активные (отправители информации) и пассивные (адресаты информации). Последние нередко также проявляют определенную активность с тем, чтобы адекватно понять полученную информацию, а порой, если возможно, задают вопросы коммуникатору с целью необходимых уточнений. Обычно выделяют две основные цели коммуникаций в любой организации. Эти коммуникации осуществляются, во-первых, с целью решения официальных задач данной организации, во-вторых, с целью удовлетворения социальных потребностей людей (в общении, в привязанности, в информации и т. д.). Исходя из направления потока информации в организации различают следующие коммуникации: а) нисходящие — направленные сверху вниз, от руководителей к нижестоящим работникам; б) восходящие — направленные снизу вверх, от рядовых работников к руководителям; в) горизонтальные — осуществляемые между членами организации, равными по своему официальному статусу. Говоря о коммуникациях в целом, исходя из теории информации можно выделить три следующих аспекта.

1. Техническая проблема. Насколько точно могут быть переданы символы коммуникации?

2. Семантическая проблема. Насколько точно эти символы выражают желаемый смысл?

3. Проблема эффективности. Насколько эффективно воспринятый смысл влияет на людей в желаемом направлении?

Все эти проблемы тесно связаны между собой. Так, технические помехи какого-либо передающего устройства или неточность используемых знаков (слов) могут уменьшать эффективность той или иной коммуникации. Общаясь между собой, люди не только передают и получают информацию, но и определенным образом взаимодействуют. Социальное взаимодействие является характерной чертой человеческой деятельности. Большая часть нашего поведения является следствием текущих социальных взаимодействий или произошедших ранее. Поведение одного участника взаимодействия обусловлено поведением другого. Можно выделить следующие характерные черты социального взаимодействия. Прежде всего, участники взаимодействия так или иначе зависят друг от друга. Следующей чертой социального взаимодействия являются взаимные ожидания людей относительно поведения друг друга, что обусловлено особенностями межличностного восприятия. Наконец, каждый из участников взаимодействия оценивает поведение других исходя из собственных ценностей и жизненных ориентаций. Обычно выделяют формальный и неформальный уровни взаимодействия. Первый из этих уровней закреплён системой формальных ролей, что обусловлено социальными, экономическими и политическими особенностями. Будучи дли-

тельными и непрерывными, формальные отношения обуславливаются также индивидуальными психологическими свойствами взаимодействующих людей. Неформальный уровень взаимодействия основан на межличностной привлекательности, привязанности людей друг к другу. Этот уровень обусловлен индивидуальными диспозициями.

При рассмотрении различных особенностей связей между людьми обычно выделяют два вида взаимозависимости — кооперацию и конкуренцию. В первом случае (кооперация) некоторое количество индивидов вступает в контакт друг с другом с целью осуществления согласованных действий для достижения определенной цели. Обычно речь идет о цели, которую невозможно достичь, действуя в одиночку. Известно, что уровень кооперации возрастает по мере того, как участники взаимодействия осознают свою зависимость друг от друга и необходимость взаимного доверия. Во втором случае (конкуренция) действия нескольких индивидов происходят в условиях соревнования, где выигрыш возможен не для всех, а иногда только для одного человека. Например, спортивный забег. Эти два вида взаимодействия не следует противопоставлять, рассматривая как взаимоисключающие. Возьмем, например, научную дискуссию. Конечно, каждому из ее участников хочется, чтобы его позиция возобладала над остальными. Однако в процессе научного спора, высказывая аргументы в пользу собственной концепции, все его участники движутся в направлении поиска истины. Дипломатия также представляет собой взаимозависимые отношения, которые включают в себя и соревновательные, и кооперативные элементы.

Первая встреча с новым человеком уже приводит к формированию у нас некоторого впечатления о нем. Это впечатление обусловлено признаками, которые выражены во внешности воспринимаемого человека. Первое впечатление о человеке подвержено также эффекту последовательности поступающей к нам информации, характеризующей данное лицо. Кроме того, каждый человек в соответствии со своими личностными особенностями осуществляет определенную селекцию стимулов, влияющих на него. Подобная избирательность обусловлена также социальными ролями, профессией и опытом индивида. При восприятии других людей мы идентифицируем их в соответствии с определенными признаками, относим их к тем или иным социальным категориям. При этом мы обычно приписываем им какие-либо личностные свойства, мотивы, социальные ценности, т. е. осуществляется процесс стереотипизации. Имеющиеся данные доказывают, что значительная часть людей приписывает какой-либо рассматриваемой группе одни и те же черты. Широко распространены этнические (или культуральные) стереотипы, в соответствии с которыми определенные психологические свойства

приписываются представителям тех или иных народностей и наций. Стереотипы рожают определенные ожидания относительно поведения людей и дают людям возможность взаимодействовать на этой основе. Однако приверженность отдельных индивидов к восприятию незнакомых людей исключительно на основе стереотипизации может препятствовать успешным коммуникациям и взаимодействию. Тенденциозность нашего восприятия может проявляться в том, что при оценке каких-либо черт личности нам свойственна тенденция преобразования наших оценок в совместимые, непротиворечивые. Это явление называется хало-эффектом. Он проявляется тогда, когда у нас мало информации о другом человеке, который является объектом оценки. На формирование того или иного впечатления о человеке может влиять весь его внешний облик, включая одежду, речь, манеры. Возьмем, к примеру, ситуацию собеседования по поводу приема на работу. Очевидно, что больше шансов быть принятым имеет аккуратно одетый и вежливый человек, нежели тот, кто отличается лишь своим неряшливым видом и вызывающим поведением. Общаясь с другим человеком и рассчитывая на взаимодействие с ним, мы пытаемся распознать его характерологические особенности, объяснить для себя те или иные элементы его поведения. Успешные контакты с людьми основаны на адекватности наших оценок и суждений.

Владение искусством общения, знанием психологических особенностей окружающих людей и применение психологических методов взаимодействия с ними крайне необходимы выпускникам вуза, профессиональная деятельность которых предполагает постоянные контакты типа «человек – человек». Умение строить отношения с людьми, находить к ним подход, расположить их к себе нужно каждому. Это умение составляет основу жизненного и профессионального успеха. Предстоящее изучение функций, средств, форм и правил общения в профессиональной деятельности требует предварительного пристального внимания к психологическим основам общения, к которым следует отнести расшифровку понятия личности, его психологической структуры, психологии трудового коллектива и психологических состояний, характерных для профессиональной деятельности. Субъектом общения в профессиональной деятельности является личность. Психологи различают понятия «человек», «индивид», «личность» и «индивидуальность». Наиболее общим является понятие «человек» — это родовое понятие, указывающее на отнесенность существа к высшей степени развития живой природы к человеческому роду. Человек — биосоциальное существо, обладающее членораздельной речью, сознанием, высшими психическими функциями, способное создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда. Индивид — это биологический организм, носитель как общих генотипических

наследственных свойств биологического вида, так и отличительных морфологических (рост, цвет глаз, волосы и т. д.) и психологических свойств (способности, темперамент, эмоциональность и др.). Индивидом мы рождаемся. Личность — социально-психологическая сущность человека, формирующаяся в результате усвоения человеком общественных форм сознания и поведения, общественно-исторического опыта человечества. Личность есть понятие социальное, оно выражает все, что есть в человеке надприродного, исторического. Личность не врожденна, она возникает в результате культурного и социального развития. Личностью мы становимся под влиянием жизни в обществе: воспитания, обучения, общения, взаимодействия. Особенная и непохожая на других личность в полноте ее духовных и физических свойств характеризуется понятием «индивидуальность». Индивидуальность — это своеобразное сочетание индивидных и личностных свойств человека, отличающих его от других людей. Индивидуальность проявляется во внешнем облике, телосложении, выразительных движениях, в чертах направленности характера, темперамента, в особенностях потребностей и способностей, познавательных, волевых и эмоциональных процессов, психических состояний, жизненного опыта. Каждый человек обладает и общими с другими людьми и индивидуальными качествами и свойствами. Общие качества и свойства людей обусловлены общностью условий, в которых они живут и действуют, а также единством их биологической природы, врожденных предрасположений к личностному развитию. На развитие индивидуальности человека заметно влияет его жизненный путь, обстоятельства жизни, биография. Индивидуальное сознание и личные качества человека формируются и изменяются в процессе активной деятельности в конкретно-исторических условиях. Благодаря своей индивидуальности человек обладает индивидуально-психологическими свойствами и особенностями, которые придают личности неповторимую уникальность общения. Психологическая структура личности — это связь и взаимодействие относительно устойчивых компонентов личности: способностей, темперамента, характера, волевых качеств, эмоций, мотивации и социальных установок.

Важным аспектом общения является знание наиболее типичных черт поведения человека, его свойств характера и моральных качеств. На стиль общения оказывает влияние темперамент его участников. Темперамент — биологический фундамент, на котором формируется личность как социальное существо. Под темпераментом следует понимать индивидуально-своеобразные свойства психики, определяющие динамику психической деятельности человека, которые, одинаково проявляясь в разнообразной деятельности независимо от ее содержания, целей, мотивов, остаются постоян-

ными в зрелом возрасте и во взаимосвязи характеризуют тип темперамента. Как известно, традиционно выделяют четыре типа темперамента: сангвинический, флегматичный, холерический, меланхолический. Сангвиник жизнерадостен, энергичен, инициативен, восприимчив к новому, быстро сходится с людьми, контролирует свои эмоции, легко переключается с одного вида деятельности на другой. Флегматик уравновешен, медлителен, тяжело приспосабливается к незнакомой обстановке. Долго обдумывает новое дело, но, начав его, обычно доводит до конца. Холерик активен, предприимчив, отличается большой работоспособностью, настойчивостью в преодолении трудностей. Вместе с тем такой тип личности подвержен резким сменам настроения, эмоциональным срывам, депрессии, в общении бывает резок, не сдержан. Меланхолик впечатлителен, глубоко эмоционален, при этом очень подвержен негативным эмоциям. В сложных ситуациях склонен проявлять растерянность, терять самообладание. Нет лучших и худших темпераментов, каждый из них имеет свои положительные стороны, и поэтому главные усилия должны быть направлены не на его исправление, а на разумное использование в конкретной деятельности его достоинств. Учением о темпераментах медицина обязана древнегреческому целителю, врачу и философу *Гиппократу*. Он утверждал, что люди различаются соотношением четырех основных «соков организма», входящих в его состав: крови, флегмы, желтой желчи и черной желчи. Им были выделены темпераменты, которые и в наше время пользуются широкой известностью: сангвиника (от лат. *sanguis* — кровь), флегматика (от греч. *phlegma* — флегма), холерика (от греч. *chole* — желчь), меланхолика (от греч. *melas chole* — черная желчь). Возникали и далее самые различные типологии темпераментов. Теория связи типа нервной системы с типами темперамента была предложена советским учёным, физиологом Иваном Петровичем *Павловым* и получила развитие в работах его последователей. Каждый человек имеет вполне определенный тип нервной системы. Конкретные проявления типа темперамента многообразны. Для составления психологических характеристик традиционных четырех типов обычно выделяются следующие основные свойства темперамента: активность, реактивность, соотношение реактивности и активности, пластичность и ригидность, темп реакций, экстраверсия и интроверсия, эмоциональная возбудимость и др. Учитывая все перечисленные свойства, существуют определенные психологические характеристики основных классических типов темперамента. Продуктивность работы человека тесно связана с особенностями его темперамента. Можно дать рекомендации по выбору рода деятельности с учетом психофизиологических характеристик людей. В нормальных условиях темперамент проявляется только в особенностях инди-

видуального стиля, не определяя результативность деятельности. В экстремальных ситуациях влияние темперамента на эффективность деятельности усиливается, заученные и предварительно усвоенные формы поведения становятся неэффективными, и требуется дополнительная энергетическая или динамическая мобилизация организма для того, чтобы справиться с неожиданными или сверхсильными воздействиями.

В психологии понятие характер (греч. *character* — черта, особенность) означает совокупность устойчивых индивидуальных особенностей (качеств) личности, складывающихся и проявляющихся в деятельности и общении, обуславливая типичные для нее способы поведения. Это стержневое психическое свойство человека, накладывающее отпечаток на все его действия и поступки. В практике общения людей между собой их характер может проявляться в манере поведения, способах реагирования человека на действия и поступки других людей. Манера общения может быть деликатной, тактичной или же грубой, бесцеремонной. Человека с выраженным сильным или слабым характером всегда можно выделить среди остальных людей. Поступки человека с сильным характером отличаются настойчивостью, целенаправленностью, упорством. Знание характера человека позволяет со значительной долей вероятности предвидеть и тем самым корректировать ожидаемые действия и поступки. Выступая как прижизненное образование человека, характер определяется и формируется в течение всей его жизни. Поэтому по мере того, как формируется определенный образ жизни человека, формируется и сам человек. Свойства характера развиваются путем социализации в процессе той или иной деятельности через систему образования, воспитания и самоактуализации. В коллективе создаются наиболее благоприятные возможности для становления лучших черт характера. Этот процесс взаимный: благодаря развитию личности развивается и сам коллектив.

Основанием для классификации черт характера выступает совокупность отношений личности к окружающей действительности, а именно:

- 1) отношение к другим людям и обществу (общительность – замкнутость, правдивость – лживость, тактичность – грубость и т. д.);
- 2) отношение к делу (ответственность – недобросовестность, трудолюбие – лень и т. д.);
- 3) отношение к себе (скромность – самовлюбленность, самокритичность – самоуверенность, гордость – приниженность и т. д.);
- 4) отношение к собственности (щедрость – жадность, бережливость – расточительность, аккуратность – неряшливость и т. д.).

Определяющую роль в формировании характера играет отношение человека к обществу и людям.

Так как характер имеет много различных черт, существуют и другие их классификации. Например, черты характера могут быть объединены в следующие группы: волевые, деловые и коммуникативные. Волевыми называют черты характера, связанные с волей человека. К ним можно отнести целеустремленность, настойчивость, упорство или противоположные им черты характера типа уступчивости и безволия. Деловые черты — это черты характера, которые проявляются у человека в труде, такие как трудолюбие, аккуратность, ответственность, а также безответственность, лень, недобросовестность. Коммуникативными называют черты характера, которые проявляются в общении человека с другими людьми. Это, например, общительность, замкнутость, доброжелательность, злость, отзывчивость и т. д.

В структуре характера можно выделить черты, общие для определенной группы людей. В данном случае следует говорить о типическом в чертах характера. Тип характера – это конкретное выражение в индивидуальном характере черт, общих для некоторой группы людей. В индивидуальном характере отражаются многообразные типические черты: национальные, профессиональные, возрастные. Так, люди одной национальности находятся в сложившихся на протяжении многих поколений условиях жизни, испытывают на себе специфические особенности национального быта; развиваются под влиянием сложившейся национальной структуры языка. Существуют многочисленные классификации типов характеров в целом. Помимо разнообразия и многогранности характерологических качеств, многообразие предложенных классификаций объясняется и различием признаков, которые могут быть положены в их основу. Например, по отношению к уровню нормы характер может быть:

- нормальным, сбалансированным, то есть отвечать адекватными реакциями на различные воздействия;
- акцентуированным, с чрезмерным проявлением некоторых черт (например, экзальтированность, неуправляемость и др.);
- психопатическим, когда некоторые черты проявляются на уровне патологии.

Способности — это индивидуально устойчивые свойства человека, определяющие его успехи в различных видах деятельности. Способности — это то, что не сводится к знаниям, умениям и навыкам, но объясняет их приобретение, закрепление и использование. Способных людей от неспособных отличает более быстрое освоение деятельности, достижение в ней большей эффективности. По отношению к навыкам, умениям и знаниям человека способности выступают как некоторая возможность. Здесь можно провести аналогию с брошенным в землю зерном, превращение которого в колос возмож-

но лишь при многих условиях, благоприятствующих его развитию. Способности обнаруживаются в деятельности по мере ее освоения личностью. Основой развития способностей являются задатки – врожденные, физиологические особенности человека. Задатки — это природная предпосылка способности, анатомо-физиологические особенности, лежащие в основе развития способностей. Нет способностей как вне деятельности, так и вне задатков. Задаток сам по себе не определен, ни на что не направлен, многозначен. Он получает свою определенность, только будучи включенным в структуру деятельности, в динамику способности. Из одного и того же физиологического материала могут развиваться разные психологические способности. Это определено направленностью личности и результативностью деятельности. Пока не выработано единой типологии способностей; для их классификации чаще всего используют несколько критериев. По виду психических функциональных систем способности разделяют на сенсомоторные, перцептивные, аттенционные, мнемические, имажитивные, мыслительные, коммуникативные; по основному виду деятельности – на научные (математические, лингвистические и пр.); творческие (музыкальные, литературные, художественные); инженерные и т. д. Кроме того, различают общие и специальные способности. Общие способности связаны с условиями ведущих форм человеческой деятельности, а специальные — с отдельными деятельностями. Общие способности — это относительно стабильные свойства личности, которые проявляются в успешности освоения знаний, в овладении и реализации различных видов деятельности. Среди общих способностей большинство исследователей выделяет общий интеллект, креативность (общую способность к творчеству) и реже обучаемость. Специальные способности — свойства личности, которые позволяют достигать значительных результатов в том или ином виде деятельности (профессиональной). Кроме понятия «способности» в психологии для характеристики способности человека справляться с той или иной деятельностью используют понятия «одаренность», «талант», «гениальность». Одаренным называют человека, который с рождения обладает хорошими задатками к развитию способностей. Талантливый человек — это человек, который благодаря своим высокоразвитым способностям может добиться высоких результатов в том или ином виде деятельности. Гениальный человек — это человек, уже добившийся выдающихся, признанных успехов в определенном виде деятельности. У любого человека нет более прямого и надежного пути к развитию своих способностей и личности в целом, чем общедоступное, грамотно организованное, но не облегченное и упрощенное, а оптимально напряженное, развивающее и творческое обучение. Воля — это свойство (процесс, состояние) человека, проявляющееся в его способности

сознательно управлять своей психикой и поступками. Проявляется в преодолении препятствий, возникающих на пути достижения сознательно поставленной цели. Все волевые действия целенаправленны. Волю можно определить как вид энергии, до сих пор до конца не познанный по своей природе и с помощью которого человек может разумно и сознательно управлять своим поведением, а также собственными психическими процессами и состояниями. Воля – это также то, с помощью чего человек на сознательной и разумной основе оказывает влияние на окружающий мир, изменяя его по своему разумению.

Если человек может мобилизовать свои физические и моральные силы на борьбу с трудностями, то он обладает высокоразвитой, сильной волей. Волевая деятельность всегда состоит из определенных волевых действий, в которых содержатся все признаки и качества воли. Изучение волевых действий ведет к правильному пониманию воли в целом и успешному решению задач ее воспитания. Ниже представлены основные фазы волевого процесса.

1. Возникновение побуждения и постановка цели, на достижение которой направляется данное действие. Цель можно ставить как перед собой, так и перед другими людьми, принимать или отвергать ее, когда она ставится кем-нибудь другим или обстоятельствами жизни.

2. Стадия обсуждения (борьба мотивов), выбор и создание средств, способов и приемов достижения поставленной цели.

Это обусловлено тем, что цели бывают различные и ставятся они в различных условиях. Определение конкретных путей и возможностей достижения цели является основой планирования человеком своих действий и деятельности в целом.

3. Принятие решения, то есть выбор действия в соответствии с целью.

Этот момент волевого действия объясняется тем, что постановка цели и определение средств ее достижения человеку даются далеко не всегда просто и легко. Особенно сложно это делать в нестандартной ситуации, в экстремальной обстановке.

4. Исполнение принятого решения — это завершающий момент волевого действия. Исполнить решение — значит практически достигнуть цели.

Для понимания всей сложности волевой сферы личности необходимо учитывать, что человеческая деятельность состоит не только из произвольных, то есть целенаправленных, преднамеренных, действий. Человек совершает немало и таких полезных действий, которые принято называть произвольными, неволевыми. Неволевыми действиями называются действия, которые в каждом частном случае совершаются без контроля со стороны человека и не нуждаются в постоянно осознанном регулировании. К числу не-

волевых действий можно отнести автоматические (рефлекторные) и инстинктивные действия. Наряду с простейшими автоматическими, рефлекторными и сложными инстинктивными действиями, состоящими из цепи безусловных рефлексов, имеются и такие действия, которые вырабатываются в течение жизни индивидуума, то есть неврожденные и в каждом конкретном случае не связанные с осознанными волевыми действиями. К категории приобретенных действий относятся в первую очередь навыки. Воля как один из сложнейших психических процессов создает у человека определенные психические состояния (активность, собранность и т. п.) и является очень важным, устойчивым психическим свойством личности, от которого зависит действенность мышления, а также активность совершаемых практических действий и поступков. К основным волевым качествам человека можно отнести целеустремленность, самообладание, самостоятельность, решительность, настойчивость, энергичность, инициативность, исполнительность.

Эмоции — это субъективные реакции человека на воздействия внешних и внутренних раздражителей, отражающие в форме переживаний их личную значимость для субъекта и проявляющиеся в виде удовольствия или неудовольствия. Эмоции служат для отражения субъективного отношения человека к самому себе и к окружающему миру.

Выражение эмоций включает в себя:

- выразительные внешние движения (мимика, пантомимика, поза, осанка, поступки и т. д.);
- разнообразные телесные проявления (изменение деятельности или внешнего вида: плач, смех, потение, бледность и т. д.);
- изменения гуморального характера.

Эмоции — это особый класс психических процессов и состояний, отражающий в форме непосредственных чувственных переживаний значимость действующих на субъекта явлений и ситуаций. За эмоциями была признана важная положительная роль в жизни людей, и с ними стали связывать следующие положительные функции: мотивационно-регулирующую, коммуникативную, сигнальную и защитную. Характер переживания (удовольствие или неудовольствие) определяет знак эмоций – положительные и отрицательные. Эмоциональные переживания могут носить и неоднозначный характер; один и тот же объект может вызвать несогласованные, противоречивые эмоции. Это явление получило название амбивалентность (двойственность) чувств. Например, можно уважать кого-то за работоспособность и одновременно осуждать за вспыльчивость. С точки зрения влияния на деятельность человека, эмоции подразделяются на стенические и астенические. Стенические эмоции стимулируют деятельность, увеличивают энергию и напряжение сил

человека, побуждают его к поступкам. Иногда переживания характеризуются своеобразной скованностью, пассивностью, тогда говорят об астенических эмоциях. Поэтому в зависимости от ситуации и индивидуальных особенностей эмоции могут по-разному влиять на поведение. Психологи выделили следующие основные эмоции: интерес, радость, удивление, страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд. Модальность – основная качественная характеристика эмоций, определяющая их вид по специфике и особой окрашенности переживаний. По модальности выделяются три базовые эмоции: страх, гнев и радость. При всем многообразии практически любая эмоция является своеобразным выражением одной из этих эмоций. Эмоции характеризуются также силой, продолжительностью и осознанием. Диапазон различий по силе внутреннего переживания и внешних проявлений очень велик для эмоции любой модальности. Радость может проявляться как слабая по силе эмоция, например, когда человек испытывает чувство удовлетворения; восторг – эмоция большей силы. Гнев проявляется в диапазоне от раздражительности и негодования до ненависти и ярости, страх – от легкого беспокойства до ужаса. По продолжительности эмоции делятся от нескольких секунд до многих лет. Степень осознанности эмоций также может быть различной. Порой человеку трудно понять, какую эмоцию он испытывает и почему она возникает. Качества, характеризующие каждую конкретную эмоциональную реакцию, могут сочетаться различным образом, что создает многоликие формы их выражения. Основные формы проявления эмоций – настроение, аффект, стресс, страсть и чувство. Наиболее общее эмоциональное состояние, окрашивающее в течение длительного времени все поведение человека, называется настроением. Оно весьма разнообразно и может быть радостным или печальным, веселым или угнетенным, бодрым или подавленным, спокойным или раздраженным и т. п. Настроение является эмоциональной реакцией не на прямые последствия тех или иных событий, а на их значение для жизни человека в контексте его общих жизненных планов, интересов и ожиданий.

Самой мощной эмоциональной реакцией является аффект. Аффект — сильное и относительно кратковременное эмоциональное состояние, связанное с резким изменением важных для субъекта жизненных обстоятельств и сопровождаемое резко выраженными двигательными проявлениями и изменением в функциях внутренних органов. Аффект возникает резко, внезапно в виде вспышки, порыва. Управлять и справиться с этим состоянием очень трудно. Аффекты отрицательно сказываются на деятельности человека, резко снижая уровень ее организованности. При этом аффект имеет определенные этапы развития. И если на конечных этапах, когда человек полностью теряет

контроль над собой, остановиться практически невозможно, то в начале это может сделать. Безусловно, это требует огромных волевых усилий. Здесь самое важное отсрочить наступление аффекта, затушить аффективную вспышку, сдержать себя, не терять власть над своим поведением.

Еще одна обширная область состояний человека объединяется понятием стресса. Под стрессом понимают эмоциональное состояние, возникающее в ответ на всевозможные экстремальные воздействия. Поведение человека в ситуации стресса отличается от аффективного поведения. При стрессе человек, как правило, может контролировать свои эмоции, анализировать ситуацию, принимать адекватные решения. В настоящее время в зависимости от стрессового фактора выделяют различные виды стресса, среди которых ярко выражены физиологический и психологический. Психологический стресс в свою очередь можно разделить на информационный и эмоциональный. Если человек не справляется с задачей, не успевает принимать верные решения в требуемом темпе при высокой степени ответственности (то есть когда возникает информационная перегрузка), может развиваться информационный стресс. Эмоциональный стресс возникает в ситуациях опасности, обиды и т. д. Поведение человека в стрессовой ситуации зависит от многих условий, но прежде всего от психологической подготовки человека, включающей умение быстро оценивать обстановку, навыки мгновенной ориентировки в неожиданных обстоятельствах, волевою собранность и решительность, опыт поведения в аналогичных ситуациях. Стресса не следует избегать. Мы можем использовать его и наслаждаться им, если лучше узнаем его механизмы и выработаем соответствующую философию жизни. Эмоциональным состоянием, близким к стрессу, является синдром эмоционального выгорания. Данное состояние возникает у человека, если в ситуации психического или физического напряжения он длительное время испытывает отрицательные эмоции. При этом он не может ни изменить ситуацию, ни справиться с негативными эмоциями. Эмоциональное выгорание проявляется в снижении общего эмоционального фона, равнодушии, уходе от ответственности, негативизме или циничности по отношению к другим людям, потере интереса к профессиональным успехам, ограничении своих возможностей. Как правило, причинами эмоционального выгорания становятся монотонность и однообразие работы, отсутствие возможностей для карьерного роста, профессиональное несоответствие, возрастные изменения и социально-психологическая дезадаптация.

Близким по своим проявлениям к стрессу является эмоциональное состояние фрустрации. Фрустрация — состояние человека, вызываемое объективно непреодолимыми (или субъективно так воспринимаемыми) трудно-

стями, возникающими на пути к достижению цели. Фрустрация сопровождается целым набором отрицательных эмоций, способных разрушить сознание и деятельность. В состоянии фрустрации человек может проявлять озлобленность, подавленность, внешнюю и внутреннюю агрессию. Особой формой эмоционального переживания является страсть. По интенсивности эмоционального возбуждения страсть приближается к аффекту, а по длительности и устойчивости напоминает настроение. Страстью называют сильное, стойкое, всеохватывающее чувство, определяющее направление мыслей и поступков человека. Причины возникновения страсти разнообразны, они могут определяться осознанными убеждениями, могут исходить из телесных влечений или иметь патологическое происхождение. В любом случае страсть связана с нашими потребностями и другими свойствами личности. Страсть, как правило, избирательна и предметна, например, страсть к музыке, коллекционированию, знаниям и т. д.

Чувства — это переживаемые в различной форме отношения человека к предметам и явлениям действительности. Чувства формируются на протяжении жизни человека в условиях общества. Чувства, которые отвечают высшим социальным потребностям, называются высшими чувствами, например, любовь к Родине, своему народу, своему городу, к другим людям. Они характеризуются сложностью строения, большой силой, продолжительностью, стабильностью, независимостью от конкретных ситуаций и от состояния организма. Сложность высших чувств определяется их комплексным строением. То есть они складываются из нескольких разных, а иногда и противоположных эмоций, которые словно кристаллизуются на определенном предмете. Например, влюбленность — менее сложное чувство, нежели любовь, так как кроме влюбленности последняя предполагает нежность, дружбу, привязанность, ревность и другие эмоции, производящие непередаваемое словами чувство любви. В зависимости от характера отношения человека к различным объектам социальной среды выделены основные виды высших чувств: моральные, практические, интеллектуальные, эстетические.

Мотивация — это побуждение к деятельности. Термин «мотивация» используется в современной психологии в двояком смысле: как система мотивов (мотивационная сфера), детерминирующих поведенческую активность человека; и как процесс, с помощью которого работников побуждают к деятельности для достижения личных целей и целей организации. Мотивы — это побудители деятельности. Мотив — это любой внутренний психологический или физиологический по своей природе источник поведения, отвечающий за его активность и целенаправленность. Мотивы поведения могут быть осознанными и неосознанными, реально действующими и мнимыми, побуди-

тельными и смыслообразующими. Важнейшим источником мотивов являются потребности, в которых выражается зависимость человека от условий существования и развития.

Потребностью называется состояние нужды человека в чем-либо, что необходимо для его нормального существования, физического или психического развития. Потребность всегда связана с наличием у человека чувства неудовлетворенности, связанного с дефицитом того, что требуется организму (личности). Потребности могут быть естественными и социальными, врожденными и приобретенными, первичными и вторичными, осознанными и неосознанными. Различают также материальные, духовные и социальные потребности. Классификация потребностей американского психолога, основателя гуманистической психологии Абрахама *Маслоу* включает:

1) потребности физиологические (органические) — голод, жажда, половое влечение;

2) потребности в безопасности — чувствовать себя защищенным, избавиться от страха, от агрессии;

3) потребности в принадлежности и любви — принадлежать к общности, находится рядом с людьми, быть принятыми ими:

4) потребности уважения (почитания) компетентность, одобрение, признание, авторитет, достижение успеха;

5) познавательные потребности — знать, уметь, понимать, исследовать;

6) эстетические потребности — гармония, симметрия, порядок, красота;

7) потребность в самоактуализации — реализации своих целей, способностей, развитие собственной личности.

Его модель иерархии потребностей нашла широкое применение в экономической теории, занимая важное место в построении теорий мотивации и поведения потребителей. В реальной практике поведения человек редко мотивируется какой-то одной потребностью. Между потребностями складываются сложные отношения взаимозависимости и взаимообусловленности. Потребности обладают определенными свойствами:

а) количественный и качественный рост и развитие до определенного рубежа насыщения. По мере приближения к рациональному пределу насыщения низших потребностей, удовлетворяемых в первую очередь, происходят существенные сдвиги, выражающиеся в значительном увеличении высших потребностей;

б) возможность замены одной потребности высшего порядка другой.

Так, ограниченные возможности повышения содержательности труда могут быть в определенной степени компенсированы улучшением условий труда для творческой научной работы и т. п.;

в) относительность. Система потребностей развивается в постоянном сравнении с уровнем их удовлетворения у других людей (сослуживцев, знакомых, соседей) и постоянном их подтягивании к общепринятым стандартам).

Одна и та же потребность может быть удовлетворена с помощью различных объектов, с помощью различных действий, то есть различным образом опредмечена. В акте опредмечивания рождается мотив как предмет потребности. Мотив — это опредмеченная потребность, потребность именно в данном предмете, которая побуждает человека к активным действиям. Один и тот же мотив может удовлетворяться набором разных действий, а с другой стороны, одно и то же действие может побуждаться разными мотивами. Мотивы образуют в деятельности цели, которые в свою очередь порождают действия (деятельность). Все побудительные источники активности личности объединяются понятием мотивационной сферы. Она включает потребности личности, интересы, стремления, убеждения, влечения, установки и т. п. Основой личности является иерархическая структура ее мотивов. Мотивационную сферу человека с точки зрения ее развитости можно оценивать по широте, гибкости, иерархизированности. Под широтой мотивационной сферы понимается качественное разнообразие мотивационных факторов. Чем больше у человека разнообразных мотивов, потребностей, целей, тем более развитой является мотивационная сфера. Более гибкой считается такая мотивационная сфера, в которой для удовлетворения мотивационного побуждения более высокого уровня может быть использовано больше разнообразных мотивационных побудителей более низкого уровня. Иерархизированность — это характеристика строения каждого из уровней организации мотивационной сферы. Чем больше различий в силе и частоте актуализации мотивационных образований определенного уровня, тем выше иерархизированность мотивационной сферы.

Для того чтобы учитывать и использовать потенциальные возможности людей, активизировать их побудительные силы, в профессиональной деятельности проводится определенная работа по стимулированию работников. Стимулом можно назвать любой внешний или внутренний фактор, который наряду с мотивом управляет поведением, направляя его на достижение связанной с данным мотивом цели. Стимулами могут быть отдельные предметы, действия других людей, обещания, носители обязательств и возможностей, предоставляемые возможности и многое другое, что предлагается человеку в

качестве компенсации за его действия или что он желал бы получить в результате определенных действий. С помощью стимулирования, с одной стороны, создаются благоприятные условия для удовлетворения потребностей работника, а с другой — обеспечивается трудовое поведение, необходимое для успешного функционирования предприятия, то есть осуществляется своеобразный обмен деятельностью.

Социальные установки — это убеждения и отношения людей, которые основаны на прошлом социальном опыте и регулирующие социальное поведение личности и проявляются в психологической готовности личности вести себя определенным образом.

Различают следующие виды социальных установок:

а) установка на объект — готовность личности вести себя конкретным образом;

б) ситуативная установка — готовность вести себя определенным образом по отношению к одному и тому же объекту в разных ситуациях;

в) перцептивная установка — готовность видеть то, что человек хочет видеть;

г) частные (парциальные) и общие (генерализованные) установки.

Виды установок по их модальности: позитивные или положительные, негативные или отрицательные, нейтральная, амбивалентные социальные установки (готовы вести себя как положительно, так и отрицательно) – супружеские отношения, управленческие отношения.

Психологические установки играют положительную роль, ибо они определяют устойчивый, последовательный и целенаправленный характер деятельности, позволяющий сохранить эту направленность в непрерывно меняющейся ситуации, и освобождают человека от необходимости принимать решения и сознательно контролировать деятельность в стандартных, ранее встречавшихся ситуациях.

Деловое общение — это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Участники такого процесса выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, решение конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является его регламентированность, т. е. подчинение установленным нормам, которые определяются национальными, культурными, профессиональными этическими принципами. Деловое общение как взаимодействие людей и установление контактов между ними можно разделить на различные группы или типы. По средствам общения выделяют четыре вида общения: непосредственное, опосредованное, прямое, косвенное. По способу обмена информацией различают устное и письменное деловое общение. Если разделять дело-

вое общение на типы по содержанию общения, то следует различать следующие виды общения: материальное, когнитивное, мотивированное, деятельностное. Прямое общение проходит при непосредственном контакте субъектов общения, косвенное общение предполагает общение посредством других лиц или иных средств. В процессе как прямого, так и косвенного общения используются различные методы влияния или воздействия на людей. Среди наиболее употребляемых можно выделить убеждение, внушение, принуждение.

Человек обладает такими индивидуальными качествами как интеллект, воля, мораль и т. д. Данные качества формируются у отдельной личности под влиянием семейной, общественной и культурной жизнедеятельности человека. Успеху делового общения в значительной мере способствует формирование у партнера положительного, позитивного впечатления о себе. Деловое общение требует от человека высокой психологической культуры, постоянного изучения эмоциональной стороны отношений. Следует помнить, что самый привлекательный образ человека — приветливый, доброжелательный. Люди легче принимают позицию или точку зрения того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение, и наоборот.

Существует категория людей, сразу располагающих к себе, вызывающих чувство симпатии и доверия других. Такие люди наделены обаянием. Уровень личного обаяния можно определить по наличию у личности следующих типов качеств:

- природные качества (коммуникабельность — способность легко сходиться с людьми; эмпатия — способность к сопереживанию; рефлексия — способность влиять на другого человека; красноречие — способность воздействовать словом. Все это составляет основу природных дарований, которые можно выразить одним понятием – умение нравиться людям;

- характеристики личности, являющиеся следствием образования и воспитания: нравственные ценности, духовное здоровье, владение техникой общения, деловая речь, упреждение и преодоление конфликтных ситуаций;

- характеристики личности, связанные с жизненным и профессиональным опытом человека. Крайне важно и ценно, если опыт обостряет интуицию.

Опросы свидетельствуют, что 73 % американских, 60 % английских и 86 % японских менеджеров считают неумение эффективно общаться главным препятствием на пути достижения целей, стоящих перед организациями. Человеческое общение напоминает своеобразную пирамиду, состоящую из четырех граней. В процессе общения мы познаем других людей, обмениваемся с ними информацией, взаимодействуем с другими и вместе с этим пе-

реживаем собственные состояния, возникающие в результате этого. Общение выполняет функцию установления и развития контактов между людьми. Как форма жизнедеятельности и способ объединения и развития людей включает:

- восприятие, познание и понимание партнеров по общению (перцептивная сторона общения);
- обмен информацией (коммуникативная сторона общения);
- выработку единой стратегии взаимодействия (интерактивная сторона общения).

Социальный смысл общения заключается в том, что оно выступает средством передачи форм культуры и общественного опыта. Психологический смысл общения состоит в том, что в ходе этого процесса субъективный мир одного человека раскрывается для другого и происходит их духовное обогащение. Общаясь с другими людьми, человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся социальные нормы, ценности, знания, способы деятельности, а также формируется как личность. Другими словами, общение выступает важнейшим фактором психического развития человека.

Способы, сферы и динамика общения определяются социальными функциями вступающих в него людей, их положением в системе общественных отношений, принадлежностью к той или иной общности. Общение регулируется факторами, связанными с производством, обменом и потребностями, а также сложившимися в обществе законами, правилами, нормами, социальными институтами и др. Исходя из этого, различают несколько оснований деления различных видов общения. По используемым знаковым системам различают:

- вербальное (речевое) общение, которое в свою очередь делится на устную и письменную речь;
- невербальное (бессловесное) общение, играющее в нашей жизни чрезвычайно важную роль. По некоторым данным, от 60 до 80 % информации от собеседника мы получаем по невербальному каналу.

Невербальные средства общения чрезвычайно разнообразны. К основным из них относят визуальные, аудиальные, тактильные и ольфакторные.

Основные визуальные средства общения изучаются кинесикой.

Она рассматривает отражение поведения, намерений человека в его невербальных проявлениях.

К основным визуальным средствам общения относят:

- движения мышц лица, обычно называемые мимикой;
- движения рук, ног, то есть жесты;
- движения туловища, особенности походки и др. обычно называемые пантомимикой;

– пространственную и временную организацию общения (расстояния до собеседника, угол поворота к нему, персональное пространство и др.), называемую проксемикой;

– выражение лица, выражение глаз;

– позы, осанка, посадка головы;

– направление взгляда, визуальные контакты;

– кожные реакции — покраснение, бледность, потливость;

– подчеркивание или сокрытие особенностей телосложения (признаки пола, возраста, расы);

– средства преобразования природного телосложения (одежда, прическа, косметика, очки, украшения, татуировки, усы, борода и др.).

Выделяют две группы аудиальных средств общения:

– паралингвистические, характеризующие качество голоса, его диапазон, тональность (интонация, громкость, тембр, ритм, высота звука). Паралингвистические средства еще называют «вокальной мимикой»,

– экстралингвистические (речевые паузы, смех, плач, вздохи, кашель, хлопанье).

Тактильные средства общения включают все, что связано с прикосновениями собеседников (пожатие руки, объятия, поцелуи, хлопки по плечу и др.).

К ольфакторным средствам общения относят:

– приятные и неприятные запахи окружающей среды;

– естественный и искусственный запахи человека.

На невербальные средства накладывает сильный отпечаток каждая конкретная культура, поэтому нет общих норм для всего человечества. Наряду с интернациональными невербальными проявлениями отношения к другому человеку (например, улыбка, рукопожатие и др.), существуют и сугубо национальные, региональные. Кроме того, частота невербальных проявлений у различных народов также не одинакова.

По характеру связи собеседников общение делится на:

– непосредственное, как контакт «с глазу на глаз»;

– опосредованное, как неполный психологический контакт при помощи письменных или технических средств, отдаляющих во времени или на расстоянии получение обратной связи между участниками.

По количеству участвующих в общении людей различают:

– межперсональное общение, то есть непосредственные контакты людей в группах или парах, постоянных по составу участников;

– массовое общение, то есть множество непосредственных контактов незнакомых людей, а также коммуникация, опосредованная различными видами средств массовой информации.

По включенности в процесс общения социальных слагаемых различают:

– межличностное общение (общение между конкретными личностями, обладающими уникальными индивидуальными качествами, которые раскрываются другому по ходу общения и организации совместных действий; социальные роли общающихся играют в таком общении вспомогательную роль);

– ролевое общение (общение между носителями определенных социальных ролей). В этом общении человек лишается определенной спонтанности своего поведения, так как те или иные его шаги, действия, диктуются исполняемой ролью. В процессе такого общения человек отражается уже не столько как индивидуальность, а как некая социальная единица, выполняющая определенные функции.

Однако сама по себе социальная роль не определяет до мельчайших деталей весь ход общения. Она предписывает, как вести общение в главном, основном, оставляя тем самым некоторый «диапазон возможностей» для своего исполнителя, что можно условно назвать определенным «стилем общения» в рамках исполнения конкретной социальной роли. Другими словами, ролевое общение не только не отрицает, а и предполагает привнесение личных моментов в это общение. Правда, они носят по отношению к социальной роли подчиненный характер.

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. Опишите механизм общения как процесс обмена информацией.
2. Какие типы взаимодействия людей Вы можете отнести к элементам жизненной стратегии человека?
3. В чем выражаются особенности соотношения темперамента и успешности деятельности человека?
4. Что является признаком наличия воли у человека? Какова структура волевого действия?
5. Какова психологическая структура личности? Дайте определение понятия «социальные установки» личности.

#### *Список литературы*

1. Деловое общение : учебное пособие / под ред. С. Д. Гуриевой. – СПб. : Скифия-принт, 2017. – 102 с. – ISBN 978-5-98620-248-8.

2. Васильева В. Д., Петрунева Р. М. Деловое общение в профессиональной деятельности: конспект лекций : учебное пособие / ВолгГТУ. – Волгоград, 2017. – 188 с. – ISBN 978–5–9948–2445–0.

3. Данилкова М. П.. Основы делового этикета : учебное пособие. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2009. – 44 с. – ISBN 978-5-7782-1276-3.

4. Журавлев А. Л., Мироненко И. А. Вклад Б. Д. Парыгина в развитие отечественной социальной психологии // Социальная и экономическая психология. – 2016. – Т. 1. – № 3. – С. 4–23.

5. Тезаурусный анализ мировой культуры : сборник научных трудов / под общ. ред. Вл. А. Лукова. — М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. – Вып. 20. – 80 с.

6. Моисеев Е. И., Муромский А. А., Тучкова Н. П. Онтология научного пространства или как найти гения // Онтология проектирования. – 2014. – № 4 (14). – С. 18–33.

## **2.2 Функциональная дифференциация стилей современного литературного языка**

Стиль (греч. *стило* — палочка, ручка) — это разновидность языка, которая обслуживает какую-либо сторону общественной жизни. Он называется функциональным, так как выполняет в обществе в каждом конкретном случае определенную функцию.

Функциональный стиль — это подсистема литературного языка, которая реализуется в определенной сфере общественной деятельности (например, в сфере науки, делового общения, бытового общения и т.д.) и характеризуется некоторой совокупностью стилистически значимых языковых средств. Термин функциональный стиль подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяются на основе той функции (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае. Именно цели общения диктуют выбор стилистических приемов, композиционной структуры речи для каждого конкретного случая. Функциональные стили неоднородны; каждый из них представлен рядом жанровых разновидностей, например, в научном стиле — научные монографии и учебные тексты, в официально-деловом — законы, справки, деловые письма, в газетно-публицистическом — статья, репортаж и т. п. Каждый функциональный тип речи имеет свои специфические черты, свой круг лексики и синтаксических структур, которые реализуются в той или иной степени в каждом жанре данного стиля.

Русский литературный язык функционирует в форме устной и в форме письменной речи. Обе эти речевые формы используют одни и те же единицы языка, но по-разному.

Речь устная и речь письменная рассчитаны на разное восприятие и поэтому отличаются лексическим составом и синтаксическими конструкциями.

Цель устной речи — быстрота передачи и восприятия определенного содержания. Она адресуется непосредственно собеседнику и рассчитана на слуховое восприятие.

Устная речь использует разговорно-бытовую, просторечную, иногда диалектную лексику и фразеологию. Ее синтаксис характеризуется частым употреблением простых и неполных предложений; порядок слов не всегда обычный. Из сложных предложений употребляются чаще сложносочиненные, чем сложноподчиненные; причастные и деепричастные обороты в устной речи используются редко.

Чаще всего устная речь является диалогической. Но она применяется также в лекциях, докладах, выступлениях и в этих случаях носит монологический характер, а по лексике и синтаксису приближается к письменной речи.

В распоряжении устной речи, кроме лексико-грамматических средств, имеются и вспомогательные средства передачи мысли: мимика, жесты, интонация, паузы, возможность повторения.

Письменная речь отличается от устной сложной системой графики и орфографии, посредством которой передается то или иное содержание. В лексическом и грамматическом отношении она характеризуется строгим соблюдением литературных норм языка - особым отбором лексики и фразеологии, обработанным синтаксисом. В письменной речи широко употребляется книжная лексика: официально-деловая, научная, общественно-публицистическая. Для синтаксиса письменной речи характерны сложные и осложненные предложения. В ней большое значение имеют порядок слов, строгая последовательность, стройность в изложении мыслей. Письменную форму речи отличает предварительное обдумывание высказываний, редакторская обработка текста, которую может выполнить и сам автор. Это обуславливает точность и правильность письменной формы речи.

Русский язык — понятие широкое, всеобъемлющее. На этом языке пишутся законы и научные труды, романы и стихотворения, газетные статьи и судебные протоколы. Наш язык обладает неисчерпаемыми возможностями для выражения самых разных мыслей, развития разнообразных тем, создания произведений любых жанров. Однако использовать языковые ресурсы нужно умело, учитывая речевую ситуацию, цели и содержание высказывания, его

адресность. Как непохожи, например, частное письмо и заявление на имя начальника! Приведем пример: одна и та же информация получает разное языковое выражение в зависимости от адресности.

Уважаемый Виктор Иванович!

Довожу до Вашего сведения, что не смогу прибыть к месту назначения в указанный Вами срок и приступить к исполнению своих служебных обязанностей, так как мне нужно уехать. Прошу предоставить мне отпуск за свой счет.

*Ассистент Сидорова А.П.*

Милый Витюша!

Прости, что огорчаю тебя, но я не смогу приехать, когда ты хочешь, и выйти на работу. Я устала как собака, чувствую себя отвратительно, еще хуже, чем раньше. Буду просить дать мне отпуск, чтобы подлечиться. Хоть бы дали, пусть и без оплаты, это не беда!

*Целую. Твоя Галочка*

В официальном письме преобладает книжная лексика: уважаемый ...! Довожу до Вашего сведения, прибыть, место назначения, указанный срок, приступить к исполнению служебных обязанностей и т.д. В частном письме ее нет, здесь использованы общеупотребительные слова: приехать, хочешь, выйти на работу, чувствую себя хуже, чем раньше, просить отпуск, без оплаты, разговорные слова и выражения, эмоциональная лексика. Такой отбор лексических средств социально обусловлен: взаимоотношения автора и адресата текстов различны.

Стилистическое расслоение языковых средств связано с их закрепленностью за тем или иным стилем, который, в свою очередь, соотносится с определенными ситуациями общения. Для стилистической оценки слов, их форм, синтаксических конструкций важно их постоянное использование в книжной или разговорной речи. Слово «стиль» восходит к греческому существительному «стило» — так называлась палочка, которой писали на доске, покрытой воском. Со временем стилем стали называть почерк, манеру письма, совокупность приемов использования языковых средств. Функциональные стили языка получили такое название потому, что они выполняют важнейшие функции, являясь средством общения, сообщения определенной информации и воздействия на слушателя или читателя.

Под функциональными стилями понимают исторически сложившиеся и социально осознанные системы речевых средств, используемых в той или иной сфере общения и соотносимых с той или иной сферой профессиональной деятельности.

В современном русском литературном языке выделяются книжные функциональные стили: научный, публицистический, официально-деловой, которые выступают преимущественно в письменной форме речи, и разговорный, которому свойственна главным образом устная форма речи.

Некоторые ученые выделяют еще в качестве функционального стиля художественный (художественно-беллетристический), то есть язык художественной литературы. Однако эта точка зрения вызывает справедливые возражения. Писатели в своих произведениях используют все многообразие языковых средств, так что художественная речь не представляет собой системы однородных языковых явлений. Напротив, художественная речь лишена какой бы то ни было стилистической замкнутости, ее специфика зависит от особенностей индивидуально-авторских стилей. В. В. Виноградов писал: «Понятие стиля в применении к языку художественной литературы наполняется иным содержанием, чем, например, в отношении стилей делового или канцелярского и даже стилей публицистического и научного. Язык национальной художественной литературы не вполне соотносительен с другими стилями, типами или разновидностями книжно-литературной и народно-разговорной речи. Он использует их, включает их в себя, но в своеобразных комбинациях и в функционально преобразованном виде.

Каждый функциональный стиль представляет собой сложную систему, охватывающую все языковые уровни: произношение слов, лексико-фразеологический состав речи, морфологические средства и синтаксические конструкции. Все эти языковые черты функциональных стилей будут подробно описаны при характеристике каждого из них. Сейчас же мы остановимся лишь на самом наглядном средстве разграничения функциональных стилей — на их лексике.

Стилистическая окраска слова зависит от того, как оно воспринимается нами: как закрепленное за тем или иным стилем или как уместное в любой речевой ситуации, то есть общеупотребительное.

Мы чувствуем связь слов-терминов с языком науки (например: квантовая теория, эксперимент, монокультура), выделяем публицистическую лексику (всемирный, правопорядок, конгресс, ознаменовать, провозгласить, избирательная кампания); узнаем по канцелярской окраске слова официально-делового стиля (потерпевший, проживание, воспрещается, предписать).

Книжные слова неуместны в непринужденной беседе: «На зеленых насаждениях появились первые листочки»; «Мы гуляли в лесном массиве и загорали у водоема». Столкнувшись с таким смешением стилей, мы спешим заменить чужеродные слова их общеупотребительными синонимами (не зеленые насаждения, а деревья, кусты; не лесной массив, а лес; не водоем, а озеро).

Разговорные, а тем более просторечные, то есть находящиеся за пределами литературной нормы, слова нельзя употребить в беседе с человеком, с которым мы связаны официальными отношениями, или в официальной обстановке.

Обращение к стилистически окрашенным словам должно быть мотивировано. В зависимости от содержания речи, ее стиля, от той обстановки, в которой рождается слово, и даже от того, как относятся друг к другу говорящие (с симпатией или с неприязнью), они употребляют различные слова.

Высокая лексика необходима в том случае, когда говорят о чем-то важном, значительном. Эта лексика находит применение в выступлениях ораторов, в поэтической речи, где оправдан торжественный, патетический тон. Но если вы, например, захотели пить, вам не придет в голову по такому пустячному поводу обратиться к товарищу с тирадой: «О мой незабвенный соратник и друг! Утоли мою жажду животворящей влагой!»

Если слова, имеющие ту или иную стилистическую окраску, используются неумело, они придают речи комическое звучание.

Еще в античных пособиях по красноречию, например, в «Риторике» Аристотеля, большое внимание уделялось стилю. По мнению Аристотеля, он «должен подходить к предмету речи»; о важных вещах следует говорить серьезно, подбирая выражения, которые придадут речи возвышенное звучание. О пустяках не говорится торжественно, в этом случае используются слова шуточные, презрительные, то есть сниженная лексика. На противопоставление «высоких» и «низких» слов указывал и М. В. Ломоносов в теории «трех штилей». Современные толковые словари дают стилистические пометы к словам, отмечая их торжественное, возвышенное звучание, а также выделяя слова сниженные, презрительные, уничижительные, пренебрежительные, вульгарные, бранные.

В составе оценочной лексики выделяются слова эмоционально и экспрессивно окрашенные. Слова, которые передают отношение говорящего к их значению, принадлежат к эмоциональной лексике (эмоциональный - значит основанный на чувстве, вызываемый эмоциями). Эмоциональная лексика выражает различные чувства.

Экспрессия — значит выразительность (от лат. *expressio* — выражение). К экспрессивной лексике относятся слова, усиливающие выразительность речи. Часто одно нейтральное слово имеет несколько экспрессивных синонимов, различающихся по степени эмоционального напряжения: несчастье, горе, бедствие, катастрофа; буйный, безудержный, неукротимый, неистовый, яростный. Нередко к одному и тому же нейтральному слову тяготеют синонимы с прямо противоположной окраской: просить — молить, кланяться; плакать — рыдать, реветь. Экспрессивно окрашенные слова могут приобретать самые различные стилистические оттенки, на что указывают пометы в словарях: торжественное (незабвенный, свершения), высокое (предтеча), риторическое (священный, чаяния), поэтическое (лазурный, незримый). От всех этих слов резко отличаются сниженные, которые выделены пометами: шутовское (благочестивый, новоиспеченный), ироническое (соблаговолить, хвалительный), фамильярное (недурственный, шушукаться), неодобрительное (педант), пренебрежительное (малевать), презрительное (подхалим), уничижительное (хлюпик), вульгарное (хапуга), бранное (дурак).

Оценочная лексика требует внимательного к себе отношения. Неуместное использование эмоционально и экспрессивно окрашенных слов может придать речи комическое звучание. Это нередко случается в ученических сочинениях. Например: «Ноздрев был заядлый забияка». «Все гоголевские помещики дураки, тунеядцы, бездельники и дистрофики».

Мы говорим не так, как пишем, и если записать разговорную речь, то она будет выглядеть настолько непривычно, что нам невольно захочется внести в неё поправки в соответствии с нормами письменной речи. Однако этого делать не следует, потому что разговорный стиль подчиняется своим собственным нормам и то, что не оправдано в книжной речи, вполне уместно в непринужденной беседе.

Разговорный стиль выполняет основную функцию языка — функцию общения, его назначение — непосредственная передача информации преимущественно в устной форме (исключение составляют частные письма, записки, дневниковые записи). Языковые черты разговорного стиля определяют особые условия его функционирования: неофициальность, непринужденность и экспрессивность речевого общения, отсутствие предварительного отбора языковых средств, автоматизм речи, обыденность содержания и диалогическая форма.

Большое влияние на разговорный стиль оказывает реальная ситуация, предметная обстановка речи. Это позволяет предельно сокращать высказывание, в котором могут отсутствовать отдельные компоненты, что, однако, не мешает правильно воспринимать разговорные фразы. Например, в булочной

нам не кажется странной фраза: Пожалуйста, с отрубями, один; на вокзале у билетной кассы: Два до Одинцова, детский и взрослый и т.д.

В повседневном общении реализуется конкретный, ассоциативный способ мышления и непосредственный, экспрессивный характер выражения. Отсюда неупорядоченность, фрагментарность речевых форм и эмоциональность стиля. Как и любой стиль, разговорный имеет свою особую сферу применения, определенную тематику. Чаще всего предметом разговора становятся погода, здоровье, новости, какие-либо интересные события, покупки, цены... Возможно, конечно, и обсуждение политической обстановки, научных достижений, новостей в культурной жизни, но и эти темы подчиняются правилам разговорного стиля, его синтаксическому строю, хотя в подобных случаях лексика разговоров обогащается книжными словами, терминами. Для непринужденной беседы необходимым условием является отсутствие официальности, доверительные, свободные отношения между участниками диалога или монолога. Установка на естественное, неподготовленное общение определяет отношение говорящих к языковым средствам.

В разговорном стиле, для которого устная форма является исконной, важнейшую роль играет звуковая сторона речи, и прежде всего интонация: именно она (во взаимодействии со своеобразным синтаксисом) создает впечатление разговорности. Непринужденная речь отличается резкими повышениями и понижениями тона, удлинением, «растягиванием» гласных, скандированием слогов, паузами, изменениями темпа речи. По звучанию можно легко отличить полный (академический, строгий) стиль произношения, присущий лектору, оратору, профессиональному диктору, вещающему по радио (все они далеки от разговорного стиля, их тексты представляют собой иные книжные стили в устной форме речи), от неполного, свойственного разговорной речи. В нем отмечается менее отчетливое произношение звуков, их сокращение (редукция). Вместо Александр Александрович мы говорим Сан Саныч, вместо Марья Сергеевна — Марь Сергевна. Меньшая напряженность органов речи приводит к изменениям качества звуков и даже порой к их полному исчезновению («здрасьте», а не здравствуйте, не говорит, а «грит», не теперь, а «терь», вместо будем слышится «буим», вместо что - «чо» и т.д.). Особенно заметно такое «упрощение» орфоэпических норм в нелитературных формах разговорного стиля, в просторечии.

В радио- и тележурналистике особые правила произношения и интонации. С одной стороны, в импровизированных, не подготовленных текстах (беседа, интервью) закономерно и естественно следование произносительным нормам разговорного стиля, однако не просторечным вариантам, а нейтральным. В то же время высокая культура речи говорящего требует точ-

ности произнесения слов, постановки ударений, выразительности интонационного рисунка речи.

Лексика разговорного стиля делится на две большие группы:

1) общеупотребительные слова (день, год, работать, спать, рано, можно, хороший, старый);

2) разговорные слова (картошка, читалка, заправский, примоститься).. Не исключено также употребление просторечных слов, профессионализмов, диалектизмов, жаргонизмов, то есть разнообразных внелитературных элементов, снижающих стиль. Вся эта лексика преимущественно бытового содержания, конкретная. В то же время весьма узок круг книжных слов, отвлеченной лексики, терминов и малоизвестных заимствований. Показательна активность экспрессивно-эмоциональной лексики (фамильярной, ласкательной, неодобрительной, иронической). Оценочная лексика обычно имеет здесь сниженную окраску. Характерно использование окказиональных слов (неологизмов, которые мы придумываем на случай) - открывалка, хорошунчик, щелкунчики (вместо ореходавы), увнучить (по образцу усыновить).

В разговорном стиле действует закон «экономии речевых средств», поэтому вместо названий, состоящих из двух и более слов, употребляется одно: вечерняя газета — вечерка, сгущенное молоко — сгущенка, подсобное помещение — подсобка, пятиэтажный дом — пятиэтажка. В иных случаях преобразуются устойчивые сочетания слов и вместо двух слов употребляется одно: ученый совет — совет, больничный лист — больничный, декретный отпуск — декрет.

Особое место в разговорной лексике занимают слова с самым общим или неопределенным значением, которое конкретизируется в ситуации: вещь, штука, дело, история. К ним близки «пустые» слова, обретающие определенное значение лишь в контексте (волынка, бандура, драндулет). Например: А куда эту бандуру денем? (о шкафе); Знаем мы эту музыку!...

Разговорный стиль богат фразеологией. Большинство русских фразеологизмов носят именно разговорный характер (рукой подать, нежданно-негаданно, как с гуся вода и др.), еще более экспрессивны просторечные выражения (дуракам закон не писан, у черта на куличках и т.п.). Разговорные и просторечные фразеологизмы придают речи яркую образность; от книжных и нейтральных фразеологизмов они отличаются не значением, а особой выразительностью и сниженностью. Сравним: вводить в заблуждение — вешать лапшу на уши (втирать очки, высосать из пальца, брать с потолка).

В области морфологии разговорный стиль выделяется особой частотой глаголов, они здесь употребляются даже чаще, чем существительные. Показательно и особенно частое использование личных и указательных место-

имений. Как замечает профессор, ведущий ученый в области стилистики Г. Я. Солганик, «личные местоимения широко употребительны из-за постоянной необходимости обозначать участников» разговора. Григорий Яковлевич отмечает тот факт, что без «я» речь невозможна, без «ты» речь обесмысливается ... и фактически перестает существовать. «Любой диалог (а это основная форма разговорной речи) предполагает я — говорящего, ты — внушающего, который попеременно берет на себя роль говорящего, и он — того, кто непосредственно не участвует в беседе. В формулу я – ты – он можно вложить любое содержание. Указательные же местоимения и другие нужны разговорному стилю благодаря свойственной им широте, обобщенности значения. Их конкретизирует жест, и это создает условия для весьма сжатой передачи той или иной информации (например: ... это не здесь, а там ...). В отличие от других стилей только разговорный допускает употребление местоимения в сопровождении жеста без предварительного упоминания конкретного слова (... я это не возьму; ... такой мне не подходит ...).

Из прилагательных в разговорной речи находят применение притяжательные (мамина работа, дедово ружье), зато краткие формы используются редко. Совсем не встречаются здесь причастия и деепричастия, а для частиц и междометий разговорная речь — родная стихия (Что уж говорить! Вот так штука! Упаси бог об этом и вспоминать-то! На тебе, сюрприз!).

Под действием закона экономии речевых средств разговорный стиль допускает употребление вещественных существительных в сочетании с числительными (два молока, две ряженки — в значении «две порции»). Здесь обычны своеобразные формы обращений — усеченные существительные: Мам! Пап! Катя! Ваня!

Синтаксис разговорной речи весьма своеобразен, что обусловлено ее устной формой и яркой экспрессией. Здесь господствуют простые предложения, чаще неполные, самой разнообразной структуры (определенно-личные, неопределенно-личные, безличные и другие) и предельно короткие. Ситуация восполняет пропуски в речи, которая вполне понятна говорящим: Покажите, пожалуйста, в линейку (при покупке тетрадей); Таганку я не хочу (при выборе билетов в театр); Вам от сердца? (в аптеке) и т. д.

В устной речи мы часто не называем предмет, а описываем его: «В шляпе здесь не проходила?». «Они любят смотреть до шестнадцати» (имеются в виду фильмы). В результате неподготовленности речи в ней возникают присоединительные конструкции: «Надо ехать. В Санкт-Петербург. На конференцию». Такое дробление фразы объясняется тем, что мысль развивается ассоциативно, говорящий словно припоминает подробности и дополняет высказывание.

Отметим, что разговорный стиль в большей степени, чем все другие стили, обладает ярким своеобразием языковых черт, выходящих за рамки нормированного литературного языка. Он может служить убедительным доказательством того, что стилистическая норма принципиально отличается от литературной. Каждый из функциональных стилей выработал свои собственные нормы, с которыми следует считаться. Это не значит, что разговорная речь всегда вступает в противоречие с литературными языковыми правилами. Отступления от нормы могут колебаться в зависимости от внутрестилевого расслоения разговорного стиля. В нем есть разновидности сниженной, грубой речи, просторечие, впитавшее влияние местных говоров, и т.д. Но разговорная речь интеллигентных, образованных людей вполне литературна, и в то же время она резко отличается от книжной, связанной строгими нормами других функциональных стилей.

Все книжные стили, в отличие от разговорного, реализуются преимущественно в письменной форме, и это определяет их общие черты. Книжным стилям свойственно строгое соблюдение литературной нормы на всех языковых уровнях.

Для лексики характерно стилевое единство, «смешение стилей» встречается как исключение. Здесь используется общеупотребительная нейтральная лексика, на фоне которой в каждом конкретном тексте употребляются специальные слова, термины. Обращение к разговорным словам, просторечию, диалектизмам, жаргонизмам, экспрессивной лексике, в особенности к словам с суффиксами уменьшительно-ласкательными, увеличительными и другими, не оправдано.

Фразеология книжных стилей нейтральная (имеет значение, играет роль, предоставить слово, уделить внимание и т. п.) и специальная, находящая применение в определенных стилях (научная — центр тяжести, привести к общему знаменателю; официально-деловая — имеет место, давать показания, ввести в эксплуатацию; публицистическая — прямой эфир, черный вторник). Большинство книжных фразеологизмов лишены экспрессивной окраски (время от времени, друг друга, иметь в виду, руководящий состав, силовые структуры).

Словообразование книжной речи отличается обилием книжных суффиксов (сущность, корректура, восклицание, аргументация, газификация, толстовство, пушкиниана) и приставок (асимметричный, антихудожественный, интернациональный, ультрафиолетовый, экстраординарный, исследовать, возводить, ниспровергать). Для книжной речи характерно словосложение (языкознание, краевед, водомер, восьмигранник, электронасос,

морозоустойчивый, плодоносящий, тяжелораненый, высокопродуктивный), употребление аббревиатур (хозрасчет, ТАСС, «МК», АО, НИИ и др.).

Морфология книжных стилей характеризуется явным предпочтением именам существительным перед глагольными формами; частым употреблением причастий и деепричастий; использованием количественных и порядковых числительных при почти полном отсутствии собирательных; избирательным отношением к местоимениям (отказом от личных и большинства неопределенных местоимений и употреблением относительных, указательных).

Для книжных стилей показательно отсутствие междометий, звукоподражательных слов, большинства частиц. Характерно и предпочтение определенным грамматическим формам. Так, при наличии вариантов словоизменения последовательно используются только книжные (цехи, в отпуске, редакторы, прочитал, семьюдесятью пятью); не желательна замена числительных счетными существительными (сто, а не сотня, двенадцать, а не дюжина, десять, а не десяток), как и употребление личных существительных женского рода (аптекарьша, дворничиха, кондукторша). Здесь находят применение краткие прилагательные (высоки показатели, методы не новы); книжные формы степеней сравнения (более удачный вариант, менее оправданный способ, наиболее эффективный, новейший); некоторые плеонастические сочетания (самым теснейшим образом, самый кратчайший путь); элитивные формы превосходной степени, означающие высшую степень качества вне сравнения (высшая математика, новейшие достижения, благороднейшая цель). В конструкциях с предлогом употребляются только аналитические (сложные) формы сравнительной степени прилагательных (в более трудных случаях, с менее удачным результатом, от более осведомленного лица и т.д.); сочетания «в случаях потрудней», «с результатом похуже» носят яркую разговорную окраску.

Книжный синтаксис является прямой противоположностью разговорного и отличается обилием сложных, преимущественно сложноподчиненных предложений; здесь не находят применения неполные, незавершенные фразы; из односоставных возможно употребление неопределенно-личных (Железо получают восстановлением его из окислов, которые входят в состав железных руд; Молоко называют «легкой пищей»), определенно-личных (Опишем дугу; Вычислим среднюю квадратичную ошибку); некоторых типов безличных (Строителям предстоит возвести комплекс... О сохранении правоотношений одним из родителей должно быть указано в решении об усыновлении и т. п.). Однако некоторые типы односоставных предложений неупотребительны в книжной речи (Морозит; Не спится; Хочется спать; Больно;

Ни души; Нет денег; Пора домой; Любишь кататься - люби и саночки возить; Сердцу не прикажешь). Это объясняется их экспрессивностью или тематической закрепленностью за бытовой речью.

В книжных стилях господствует правильный порядок слов, инверсия используется редко, лишь в подчеркнуто экспрессивной речи. Неупотребительны также восклицательные, вопросительные, повелительные предложения. Обращения и вводные слова употребляются избирательно (уважаемый коллега, господа; следует заметить, как уже было указано, несомненно, во-первых, во-вторых, наконец). Книжные стили открыты для построения сложных синтаксических конструкций, предложений со многими придаточными, с разными видами сочинительной и подчинительной связи. Здесь применяется цитация, однако прямая речь встречается крайне редко (в публицистическом стиле). Слова-предложения, однословные реплики (да, нет, конечно), диалогические единства неупотребительны, книжная речь, за редкими исключениями, монологична.

Научный стиль обладает всеми особенностями книжного стиля и в то же время имеет ряд характерных черт, заслуживающих изучения. Специфика научной речи определяется в значительной мере экстралингвистическими (внеязыковыми) факторами: основное назначение научных произведений — изложение полученных путем исследования данных, знакомство читателя с научной информацией. Это предопределяет монологический характер языка науки. Информативная функция данного стиля отражается и в жанровом его своеобразии: он представлен научной литературой (монографии, статьи, рефераты), а также учебной и справочной. Содержание и назначение этих видов литературы разнообразно, но их объединяет характер научного мышления: главнейшей формой его является понятие, а языковым выражением мышления служат суждения, умозаключения, следующие одно за другим в строгой логической последовательности. Это определяет такие черты научного стиля, как отвлеченность, обобщенность; в нем структурно выражена логичность изложения.

Если художественная речь подчеркивает в слове конкретное и образное, то научная - общее, абстрактное. Однако научная речь не только отбирает из языка слова с общим и отвлеченным значением. Она и изменяет значение общеупотребительных слов в соответствии со своими принципами. Так, у многих глаголов в научной речи ослабляется лексическое значение, его конкретный смысл стирается и обобщается. Такие глаголы превращаются в своеобразные связки, которые могут соединять любые понятия, оформляя различные научные сообщения. К ним относятся, например, глаголы служить, считаться, характеризовать и др.

Лексика научного стиля состоит из трех основных пластов: общеупотребительных слов (знание, работа, один, сто, изучать, сначала, по-прежнему и т. д.); общенаучных (исследование, экспериментальный, анализировать, формулировать, дистанционный, беспрецедентный и т. д.) и терминов (синтаксис, молекула, летальный исход, метастазы и т. д.). Отличительной чертой терминов является их точное определение (дефиниция). Терминологическая лексика составляет «ядро научного стиля», это наиболее существенный признак языка науки. Термины, обозначая строго научные понятия, образуют терминологическую систему той или иной науки, где близкие значения передаются соответствующими терминами. Например, лингвистические термины синоним, антоним, омоним, пароним объединяет греческий корень «опута», обозначающий имя, наименование; в терминах омофон, омограф, омоформ элемент «омо» означает одинаковый и подчеркивает системность этих лексических явлений.

Как видим, системность терминов получает языковое выражение. Так, медицинские термины объединяются благодаря одинаковым суффиксам: суффикс *-ит* присущ терминам, обозначающим воспалительные процессы (бронхит, аппендицит, гайморит, радикулит), названия лекарств имеют также одинаковое суффиксальное оформление (пенициллин, синтомицин, олететрин).

Близки к терминам номенклатурные наименования, которые также употребительны в книжных стилях, и в научном в частности. Как замечает А. В. Барандеев в пособии «Основы научной терминологии» (1993), термины не следует смешивать с номенклатурными обозначениями, поскольку термины образуют терминологию — систему единых, однородных, взаимообусловленных элементов, а номенклатура — это собрание разнородных, внутренне не связанных элементов в пределах целого. Номенклатура (от лат. *nomenclatura* — перечень, роспись имен) — понятие более широкое, чем терминология, к номенклатуре должны относиться наименования таких понятий, предметность которых ярко выражена. Например, номенклатуру географии (точнее гидрографии) составят имена собственные — названия рек, ручьев, озер, болот, морей, океанов и т. п.; номенклатуру геологии — названия минералов; номенклатуру ботаники — названия растений.

Отвлеченность и обобщенность научного стиля проявляются и в особенностях употребления категории вида глагола в значении видовых форм. Здесь широко употребительны формы несовершенного вида как сравнительно более отвлеченно-обобщенные по значению, чем формы совершенного вида. Характерно, что и те сравнительно немногие глаголы совершенного вида, которые встречаются в научной речи, часто используются здесь в

устойчивых повторяющихся оборотах в форме будущего времени, синонимического настоящему вневременному; отсюда — ослабленность и видового значения: докажем, что ...; рассмотрим ...; уравнение примет вид и т. д. В большинстве этих случаев возможна замена формой несовершенного вида, что реально и наблюдается в научных текстах. Больше, чем в других стилях, число глаголов несовершенного вида лишено парных глаголов совершенного вида: Кислота разъедает ..., ... Металлы легко режутся, Вода разваривает овощи и т. п. Это обусловлено качественным значением глаголов.

Употребление лица глаголов и личных местоимений обнаруживает ту же закономерность: для научной речи характерно преобладание наиболее отвлеченно-обобщенных по своему значению единиц. Так, практически не используются формы 2-го лица и местоимения ты, вы, как наиболее конкретные; ничтожен процент форм 1-го лица ед. числа. В подавляющем большинстве случаев используются наиболее отвлеченные по значению формы 3-го лица и местоимения он, она, оно. Но еще показательнее особенности употребления этих языковых единиц. Помимо известного так называемого авторского мы, употребляющегося «для скромности» и ради объективности изложения (как мы показали; мы исследовали ...), местоимение мы вместе с личной формой глагола очень часто выражает значения разной степени и характера отвлеченно-обобщенности. К ним относится «мы совокупности» (я и аудитория; мы с вами): Если мы исключим ..., то получим...; Мы приходим к результату ...; Мы можем заключить ... Характерно, что во всех этих случаях наряду с возможной подстановкой «мы с вами» не менее вероятным окажется пропуск местоимения при замене личной конструкции безличной или инфинитивной: можно прийти к результату; можно заключить; если исключить; если обозначить и т. д. Таким образом, значение лица оказывается весьма ослабленным, неопределенным, а следовательно, более чем обычно отвлеченным. Очень часто в научной речи глаголы используются в неопределенно-личном значении, близком к обобщенно-личному; во многом это зависит от семантики глаголов. В этом случае деятелем может мыслиться любой, всякий, каждый, или же он совершенно неконкретен и неизвестен и даже вообще не может предполагаться (исходя из значения глагола): За такие активные центры принимаются атомы; Законы обыкновенно формулируются ...; Бром получают подобно хлору. Отвлеченность и обобщенность научной речи выражаются в повышенной употребительности слов среднего рода. Это существительные с абстрактным значением: движение, количество, явление, отношение, действие, свойство, образование, изменение, распределение, состояние, влияние, значение, определение и т. д. Среди существительных мужского и женского рода большое место принадлежит абстрактной лексике:

случай, опыт, процесс, вопрос, объем, характер, период, опыт, метод, результат и др.; часть, энергия, форма, сила, величина, масса, деятельность, возможность, потребность и др. Отвлеченные существительные в научной речи, как правило, не метафоризируются и выступают в качестве терминов. Интересно с точки зрения проявления отвлеченности и обобщенности употребление кратких прилагательных: краткие прилагательные в научной речи, в отступление от общей закономерности русского языка, широко используются для выражения не временного, а постоянного свойства предмета, например: Клетки бедны протоплазмой; Третичные алкоголи ... изомерны (ср.: Я беден; Он счастлив - прилагательные в краткой форме указывают на временное состояние). Синтаксис научного стиля также убедительно подтверждает его абстрактность, обобщенность, логичность в выражении мысли, стремление к предельной точности и ясности. Научная фраза отличается структурной полнотой, ярко выраженной союзной связью, разнообразием подчинительных связей, усложненностью синтаксических конструкций и исчерпывающей их завершенностью. Для научной речи характерно преобладание сложноподчиненных предложений, в которых союзы четко отражают причинно-следственные отношения (если ... то, так что, в то время как); той же цели служит употребление местоименно-наречных и союзных слов (и потому, поэтому, следовательно, благодаря этому, в результате этого и др.). Сложноподчиненные и тем более бессоюзные предложения здесь менее употребительны. Безличный характер изложения как отражение объективности активизирует употребление неопределенно-личных предложений (Порошок помещают в пробирку... Нефть добывают...), а также пассивных конструкций (Олово плавится при температуре... Золото добывается... Топливо доставляется...). Показательны и случаи информативной несамостоятельности главной части сложноподчиненного предложения (Известно, что вода закипает при 100 градусах; Следует указать на то, что ... Важно подчеркнуть, что ...).

Правильный порядок слов в предложениях способствует ясности и точности формулировок. В то же время необычное расположение членов предложения (инверсия) может служить логическому усилению, выделению той или иной части высказывания, поэтому возможны и отступления от стилистически нейтрального порядка слов. Для научного стиля особую важность приобретает правильное, четкое выделение абзацев, помогающее подчеркнуть логическую сторону речи. Этой же цели служит и умелое объединение отдельных предложений в сложные синтаксические единства (сверхфразовые единства). Последовательность в развитии мысли отражают вводные слова и словосочетания (во-первых, во-вторых, наконец, итак, таким образом). В то же время синтаксису научной речи чужды вставные предложения, присоеди-

нительные конструкции, лишаящие высказывание целостности. Стройность, логичность, упорядоченность синтаксических построений свойственны всем жанрам научных произведений. Однако многие из них имеют свои особенности. В частности, как отмечает профессор Н. С. Валгина, это относится ко вторичным научным документам: аннотации, реферату, информационным жанрам. Лаконизация изложения здесь требует особых синтаксических конструкций. За счет изъятия системы доказательств, примеров, повторений, акцентных моментов тексты подобных жанров ориентируются на расчлененные предложения, с набором ключевых слов. Путем рубрицирования текста упрощаются синтаксические связи, подчеркнута насаждается именной строй речи, увеличивается процент номинативных предложений». Научный стиль не исключает использования в нем элементов экспрессивной речи, но они, в частности тропы, здесь подчинены в большей мере экспрессии мысли, нежели экспрессии чувства. Эмоциональность речи здесь оттеняет аргументированную логически авторскую мысль и способствует доходчивости ее изложения.

Публицистический стиль называют еще газетно-публицистическим, потому что публицистические произведения печатаются прежде всего в газетах. Этот стиль представлен также в журналах, адресованных массовому читателю, журналистских выступлениях по радио, телевидению, в речах общественно-политических деятелей на митингах, съездах, собраниях (в этом случае он представлен в устной форме). Публицистика получила название «летописи современности», так как она освещает самые важные проблемы общества — политические, социальные, бытовые, философские, экономические, морально-этические, вопросы воспитания, культуры, искусства и т. д.; ее тематика ничем не ограничена, как и жанровое разнообразие. Живая история нашего времени отражается в информационных жанрах (заметка, репортаж, отчет, интервью, хроника, обозрение), аналитических (статья, корреспонденция, комментарий, рецензия, обзор) и художественно-публицистических (очерк, фельетон, памфлет). В публицистическом стиле соединены две важнейшие функции языка — информационная и воздействующая. Журналист не равнодушный регистратор событий, а их активный участник, самоотверженно отстаивающий свои убеждения. Публицистика призвана активно вмешиваться в происходящее, создавать общественное мнение, убеждать, агитировать. Это определяет такие важнейшие стилеобразующие черты публицистического стиля, как оценочность, страстность, эмоциональность. Вопросы, которые поднимают журналисты, волнуют миллионы людей (экономическая политика государства, этнические конфликты, права человека и т. д.), и писать об этом книжным сухим языком невозмож-

но. Как отмечает профессор Г. Я. Солганик, «функция воздействия, важнейшая для публицистического стиля, обуславливает острую потребность публицистики в оценочных средствах выражения. И публицистика берет из литературного языка практически все средства, обладающие свойством оценочности». Информационная функция публицистического стиля обуславливает иные его стилеобразующие черты: точность, логичность, официальность, стандартизованность. В условиях быстрой подготовки газетных публикаций, интерес к которым особенно обострен по следам событий, журналисты используют хорошо известные им публицистические приемы, частотные языковые средства, устойчивые речевые обороты (клише). Это определяет стандартизацию языка газеты. В книге «Русский язык на газетной полосе» В. Г. Костомаров показал, что именно стандартизованность речи обеспечивает быстроту в подготовке информации. Причем обращение к языковым стандартам не только экономит усилия репортера, помогая ему оперативно откликаться на события, но и облегчает читателям быстро усваивать новую информацию: пробегая глазами публикацию, можно легко уловить ее главный смысл, если он преподносится в простых, знакомых выражениях. Таким образом, сочетание экспрессии и стандарта - важнейшая черта публицистического стиля. Поскольку произведения публицистического характера адресованы широкому кругу читателей, главный критерий отбора в них языковых средств - их общедоступность. Публицисты не должны использовать непонятные читателям узкоспециальные термины, диалектные, жаргонные слова, иноязычную лексику; усложненные синтаксические конструкции; отвлекающую образность. В то же время публицистический стиль — это не замкнутая, а открытая система языковых средств. Это позволяет журналистам обращаться к элементам других функциональных стилей и — в зависимости от содержания публикации — употреблять разнообразную лексику, включая внелитературные слова и выражения, необходимые для достоверного изображения событий и их героев. Большое значение в публицистических произведениях имеет авторский стиль, свойственная тому или иному журналисту манера письма. В газетно-публицистическом стиле повествование всегда ведется от первого лица, для публицистики характерно совпадение автора и рассказчика, который непосредственно обращается к читателю со своими мыслями, чувствами, оценками. В этом сила воздействия публицистики. В то же время в каждом конкретном произведении журналист создает образ автора, через который выражает свое отношение к действительности. Образ автора, как композиционно-речевая категория, может изменять свою форму применительно к жанру. Так, в обзоре журналист выступает от имени коллектива, организации, партии, конструируя «коллективный образ» рас-

сказчика; в очерке образ автора обретает индивидуальные черты; в фельетоне, памфлете - это условный образ ироничного, непримиримого, критически настроенного повествователя. Но независимо от жанра авторская позиция совпадает со взглядами и оценками реального журналиста, представляющего читателям добытый им материал. Лексика публицистического стиля отличается тематическим многообразием и стилистическим богатством. Здесь широко представлена общеупотребительная, нейтральная лексика и фразеология, а также книжная и разговорная. Выбор словесного материала определяется темой, при обсуждении общественно-политических проблем находят применение такие, например, слова, как приватизация, кооператор, маркетинг, менеджмент, биржа, бизнес, демократия, гласность, капитализм, социализм; при решении вопросов повседневной жизни - иные: пенсия, зарплата, потребительская корзина, безработица, уровень жизни, рождаемость и т. п. На общем нейтральном фоне обращают на себя внимание оценочные лексико-фразеологические средства. В их числе можно встретить не только разговорно-просторечные слова и выражения (прихватизация, беспредел, тусовка, крутой), но и книжные (держава, отчизна, агония, восторжествовать, свершать, низводить, козел отпущения экономической реформы, шоковая терапия, вавилонское столпотворение, соломоново решение и др.). Публицисты часто используют термины в образном значении (эпидемия болтовни, вирус расизма, раунд переговоров, шах правительству, политический фарс, пародия на демократию, финишная прямая, линия огня, хромосомы бюрократизма), что не исключает, однако, их употребления в точном значении в соответствующем контексте. Публицистический стиль открыт для использования интернациональной политической лексики. Пополняется и словарь научной терминологии, быстро выходящий за рамки узкоспециального употребления (интернет, принтер, виртуальный мир, стагнация, дефолт, холдинг, инвестиция, дилер, спонсор и др.). Публицистический стиль мгновенно усваивает новые понятия и соответствующие слова и словосочетания, отражающие социальные и политические процессы в обществе (финансовое оздоровление, альтернативные выборы, экономическое пространство, баланс интересов, новое политическое мышление, политика диалога, декоммунизация общества и т. д.). Закрепляются необычные сочетания, в которых оценочные прилагательные характеризуют социальные и политические процессы (бархатная революция, хрупкое перемирие, сторонник шелкового пути). Для публицистического стиля характерно соединение контрастных по стилистической окраске слов: в нем используется лексика книжная и разговорная, высокая и сниженная. Однако обращение к разноплановой лексике и фразеологии зависит от жанра и должно быть подчинено принципу эстетической

целесообразности. В фельетоне, например, возможно употребление просторечия, смешение разностильной лексики, служащее достижению комического звучания речи. В информационных жанрах такая пестрота языковых средств не оправдана. Особого внимания заслуживает использование в публицистическом стиле речевых стандартов, клише. К ним относятся, например, такие выражения, получившие устойчивый характер: работники бюджетной сферы, служба занятости, международная гуманитарная помощь, коммерческие структуры, силовые ведомства, ветви российской власти, по данным из информированных источников, словосочетания типа служба быта (питания, здоровья, отдыха и т. д.). Эти речевые единицы широко используют журналисты. От речевых стандартов, закрепившихся в публицистическом стиле, следует отличать речевые штампы — шаблонные обороты речи, имеющие канцелярскую окраску. Среди речевых штампов выделяются и парные слова (слова-спутники); использование одного из них обязательно подсказывает и употребление другого: проблема — нерешенная, назревшая, мероприятие - проведенное и т.д. Становясь штампами, такие сочетания утрачивают экспрессивно-оценочное звучание, лишая речь живых красок. Речевые штампы избавляют от необходимости искать нужные, точные слова, лишают речь конкретности. Например: Нынешний сезон провели на высоком организационном уровне - это предложение можно вставить в отчет и об уборке сена, и о спортивных соревнованиях, и о подготовке жилого фонда к зиме, и о сборе винограда ... Набор речевых штампов с годами изменяется: одни постепенно забываются, другие становятся «модными», поэтому невозможно перечислить и описать все случаи их употребления. Важно уяснить суть этого явления и препятствовать возникновению и распространению штампов. Что же касается языковых стандартов, клишированных оборотов речи, то они всегда будут использоваться в публицистическом стиле. По словам В. Г. Костомарова, в отличие от штампа, стандарт «не вызывает негативного отношения, так как обладает четкой семантикой и экономно выражает мысль, способствуя быстрой передаче информации». Публицистический стиль характеризуется некоторыми особенностями в словообразовании. Здесь отмечается большая, чем в других стилях, активность суффиксов иноязычного происхождения. Они характерны для существительных (социализм, утопизм, космизация, провокация, продукция).

Книжную окраску получают образованные с помощью иноязычных суффиксов прилагательные — биогенный, вулканогенный, телегеничный, фотогеничный, диссертабельный, коммуникабельный. Для прилагательных также характерны русские и старославянские приставки: вневедомственный, внутриатомный, междуведомственный, межконтинентальный, прозападный,

противозаконный, соавтор, совладелец. Некоторые старославянские приставки придают словам «высокое» звучание: всевластный, преисполнить, воссоздать, воссоединить.

Из иноязычных приставок продуктивны следующие: антиперестроечный, архиреакционный, демаскировать, дезинформировать, посткоммунистический, трансъевропейский, контрмеры, гиперинфляция.

Журналисты часто употребляют сложные слова типа взаимовыгодный, всеевропейский, повсеместный, добрососедский, многосторонний, торгово-промышленный, лесопарковый и др. Как один из способов экономии речевых средств здесь находит применение и аббревиация (ЧП, ГКЧП, АО, СНГ, ОМОН), и сокращение слов (федерал, нал (наличность), эксклюзив).

Морфологический строй публицистической речи имеет также свою специфику. Отдавая предпочтение книжным вариантам словоизменения, журналисты все же нередко употребляют и разговорные окончания, добиваясь непринужденного, доверительного звучания речи. Особенно это характерно для художественно-публицистических жанров, где разговорные окончания (в цеху, трактора) могут служить индивидуализации речи героев очерков. В аналитических жанрах обращает на себя внимание частое употребление наиболее отвлеченных и обобщенных языковых единиц. Здесь существительные в единственном числе обычно получаю» собирательное значение (читатель, пенсионер, избиратель). Профессор Н. С. Валгина указывает на такую отличительную особенность публицистического синтаксиса: номинативные, присоединительные и парцеллированные конструкции, придающие фрагментарность речи, «создают иллюзию свободной, непринужденной беседы, что способствует проявлению контактоустанавливающей функции речи».

Язык рекламы лишь условно можно отнести к публицистическому стилю, так много свежего, необычного в речевой организации рекламных текстов. Существует множество способов передачи рекламных посланий - от классических рекламных объявлений и плакатов до этикеток и клеящей ленты. Назовем наиболее распространенные способы рекламирования.

*Прямая реклама:*

- по почте («директ мейл»),
- лично вручаемые рекламные материалы, информационные письма, листовки и т.д.

*Реклама в прессе:*

- в газетах,
- журналах массовых,
- в журналах специальных,

– в бюллетенях фирм.

*Печатная реклама:*

- проспекты,
- каталоги,
- буклеты,
- плакаты,
- листовки, открытки, календари и другие виды печатной продукции.

*Экранная реклама:*

- кино,
- телевидение,
- слайд-проекция

*Наружная реклама:*

- крупногабаритные плакаты, рисованные художником,
- электрифицированные (или газосветные) панно,
- свободно стоящие витрины с товарами.

*Реклама на месте продаж:*

- витрины магазинов,
- вывески, знаки, планшеты в торговом зале,
- упаковка (коробки, футляры, бумага названиями и товарными знаками рекламодателя).

Подготовкой рекламных текстов занято большое количество специалистов в промышленности, торговле, специализированных рекламных агентствах и отделах рекламы средств массовой информации. От их квалификации, культуры, требовательности и зависит искусство делать рекламу.

Содержание рекламных текстов весьма разнообразно: это и материалы о деятельности различных промышленных и торговых предприятий, которые стремятся к реализации своей продукции, хотят найти партнеров по совместной деятельности, и материалы финансовых структур, занимающихся банковской, инвестиционной и другой финансовой деятельностью, стремящиеся к привлечению денежных средств предприятий и населения и оказанию услуг по кредитованию, предлагающие брокерские места, продающие акции и пр. В особую группу можно объединить материалы, предоставляемые учебными заведениями с целью привлечь слушателей, а также материалы медицинских, косметических, бытовых учреждений, агентств по организации отдыха и туризма и т. п. В отдельную группу следует выделить материалы, которые относятся к рекламе печатной продукции (книг, журналов, газет и др.). Их особенность заключается в том, что реклама печатной продукции способна оказывать социально-нравственное воздействие на возможного потребителя.

Трудно переоценить роль рекламы в развитии внешнеэкономической, и в первую очередь экспортной деятельности, в особенности роль некоммерческой, престижной рекламы. Такая реклама (имея в виду, конечно, продажу товаров как итог рекламной работы), тем не менее, непосредственно о товаре почти ничего не говорит. Ее цель — формирование положительных эмоций по отношению к фирме. Одно из сильных средств такой рекламы - фирменный проспект. Обычные разделы фирменного проспекта: история фирмы (нередко в связи с историческим развитием страны), наиболее престижные клиенты и товары, география торговли, динамика коммерческого развития, сервисная сеть, результаты международных испытаний (аттестация) товаров, другие сведения, служащие доказательством эффективной работы. Необходимость воздействия на потребителя, на спрос, на формирование благоприятного общественного мнения о фирме, о производимом ею товаре вынуждает коммерческие структуры вести активную рекламную деятельность.

Любое рекламное послание обязано быть юридически безупречным, благопристойным, честным и правдивым, обязано создаваться с чувством ответственности перед обществом и отвечать принципам добросовестной конкуренции, обычной в коммерции и не должно подрывать общественное доверие к рекламе, которая неизменно отвечает общепринятым нормам Рекламного кодекса.

1. Благопристойность. Рекламное послание не должно содержать утверждений или изображений, идущих вразрез с принятыми в обществе правилами благопристойности.

2. Честность. Рекламное послание должно быть таким, чтобы не злоупотреблять доверием покупателя и не использовать его неопытность и недостаток знаний.

3. Общечеловеческие ценности:

3.1 Рекламное послание не должно без веских оснований играть на чувстве страха.

3.2 Рекламное послание не должно играть на суевериях.

3.3 Рекламное послание не должно содержать ничего, что могло бы вызвать насилие или поддержать его.

3.4 Рекламное послание не должно поддерживать дискриминацию по признаку расы, религии или пола.

3.5 Рекламное послание не должно внушать, что обладание данным товаром или его использование способны дать физическое, умственное или социальное превосходство.

3.6 Правдивость. Рекламное послание не должно содержать каких-либо утверждений или изображений, которые прямо или косвенно, путем недо-

молвки и двусмысленности, а также преувеличения могли бы ввести покупателя в заблуждение, особенно в отношении:

- а) соответствия назначению и области применения, места производства и страны происхождения товара;
- б) потребительских свойств товара и действующих цен;
- в) доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания;
- г) условий гарантий;
- д) авторских прав и прав на промышленную собственность, таких, как патенты, товарные знаки, дизайн, торговые наименования и т.д.;
- е) официального признания или одобрения, награждения медалями, дипломами, премиями.

Рекламное послание не должно искажать результаты научных и других исследований. Статистические данные недопустимо использовать так, чтобы из них следовало нечто иное, чем есть в действительности.

3.7 Объективность. Сравнение достоинств товаров должно быть честным и основанным на доказательных фактах. Оно должно соответствовать принципу конкуренции.

3.8 Доказательность. Рекламное послание не должно содержать доказательств и свидетельств, являющихся сомнительными или не связанными с квалификацией и опытом того лица, которое дает такие свидетельства, а также не должно содержать ссылок на такие доказательства и свидетельства.

3.9 Недопустимость очернения. Рекламное послание не должно очернять никакую промышленную или коммерческую деятельность, профессию, а также товар, высказывая прямо или косвенно презрение, насмешку или что-либо подобное.

3.10 Ответственность. Рекламодатель, исполнитель рекламного послания или рекламное агентство, издатель, владелец СМИ (средств массовой информации) или иной участник рекламного процесса должны нести полную ответственность за то, что именно они предлагают обществу.

Особого внимания заслуживает структура рекламного текста. Текст — важнейший элемент печатной рекламы (кроме текста печатное рекламное послание может включать рисунки, фотографии, фирменные знаки и др.). Текст рекламного послания будет пользоваться успехом у читателей лишь при условии оптимальной структуры. Обычно рекомендуется разбивать текст на три части, каждая из которых выполняет свою функцию.

Первая часть — это слоган (лозунг), то есть заголовок рекламного послания и первые строки текста; далее следует основная часть, а за ней - заключительная часть текста. Исходя из назначения слогана - привлечение

внимания адресата — рекомендуется максимально обеспечивать его эмоциональную насыщенность.

Основная часть рекламного текста передает всю информацию. От содержательности этой части текста, его информативности, безусловной правдивости зависит эффективность рекламы. Одно из важнейших требований, предъявляемых к информационным сообщениям, это требование сочетания неизвестного с известным. Рекомендуется пользоваться методом индукции, то есть движением от частного к общему. Следует начать с нового, затем соотнести новое с известной информацией, затем снова продолжить разговор о новом. Рекомендуется применять правила рубрикации, броские заголовки, так как читателей заголовков намного больше тех, кто успевает прочитать всю рекламу.

Назначение заключительной части рекламного текста - закреплять вызванные слоганом и основной информационной частью положительные эмоции, побуждать потенциального потребителя к действию, к покупке товара. Для примера приведем такой рекламный текст:

Земля Российская — богатство нашей державы. Вы думаете вложить деньги в дело, Вам хочется стабильности и гарантий. Именно эти черты присущи компании «Росинка». Она уверена в своем будущем, а значит в будущем своих акционеров.

Общими для всех рекламных текстов являются требования: простота языка, лишенного пышности и вульгарности; тональность, напоминающая доверительный разговор с умным собеседником; информативность и доказательность; оригинальность и неповторимость. Язык рекламы должен быть ярким. Авторы рекламных текстов используют огромные богатства русской лексики, экспрессивные возможности словообразования, частей речи, синтаксических структур. Для лексики рекламных текстов характерно использование всех пластов разговорных и книжных слов, не имеющих ограничительных помет в толковых словарях (вульгаризмы, диалектизмы, жаргонизмы, арготизмы и грубое просторечие здесь, разумеется, неуместны). Специальная лексика и фразеология могут быть оправданы, если реклама обращена к специалистам. Однако книжные слова в рекламе не редкость. К специфике лексического материала, используемого в современной рекламе, относится прежде всего его растущая терминологичность. Такие слова, как кассета, принтер, стабилизатор, картридж, дисплей, калькулятор и многие другие, входят в рекламные тексты без дополнительных комментариев и однозначно понимаются не только специалистами, но и представителями различных социальных и демографических групп.

Приметой времени является необычайно широкое применение в рекламе иноязычной лексики, преимущественно англицизмов, выделяющихся оттенками новизны, «престижности» (офис, дилер, брокер, бизнес, бартер, конвертировать, сервис, презентация, тур, шоппинг, маркетинг и т. д.). Нередко иноязычные наименования представляют собой вкрапления, которые пишутся не по-русски, требуют перевода. Все это - издержки западного влияния на развитие рекламного дела в России в условиях рыночной экономики. Несомненно, злоупотребление иностранными словами, а тем более - непонятными наименованиями, отрицательно сказывается на стиле рекламных текстов и препятствует их пониманию. Об этом должны помнить те, кто имеет отношение к разработке этого важнейшего вида печатной продукции. Морфологические особенности языка рекламы также вполне определены. Из всех частей речи в рекламных текстах чаще всего употребляется имя существительное, так как реклама требует наименования множества предметов и явлений. Существительные выполняют важнейшую информативную функцию. С целью придания языку рекламы экспрессии авторы обращаются к качественным прилагательным, а также к образованным от них наречиям. Интересно отметить, что в языке рекламы употребительны местоимения, так как авторы рекламы отдают предпочтение разговорному стилю речи. В то же время показательно использование разнообразных стилистических фигур (анафоры, эллипсиса, антитезы), а также фразеологических оборотов, заключающих в себе сильную экспрессию. Из лексических образных средств в языке рекламы широко используются эпитет, сравнение, метафора, гиперболла, олицетворение. Синтаксис рекламных текстов рассчитан на быстрое восприятие: он прост; используются номинативные, неполные предложения. В рекламе часты обращения, побудительные конструкции, обширный перечень однородных членов. Характерно употребление вопросительных и восклицательных предложений, которые подчеркивают «призывный» стиль рекламы.

Официально-деловой стиль обслуживает правовые отношения между гражданами и государством и применяется в различных документах — от государственных актов и международных договоров до деловой переписки. Важнейшие функции этого стиля - сообщение и воздействие - реализуются в таких официальных документах, как законы, постановления, указы, приказы, договоры, соглашения, деловая переписка, заявления, расписка и др. Этот стиль называют еще административным, так как он обслуживает сферу официальных, деловых отношений, область права и государственной политики. Другое его название — деловая речь — свидетельствует о том, что этот стиль - самый древний из книжных стилей, его истоки - в деловой речи эпохи Ки-

евского государства, в котором юридические документы (договоры, «Русская правда», различные грамоты) создавались уже в X веке.

Официально-деловой стиль выделяется среди других книжных стилей своей стабильностью, замкнутостью и стандартизованностью. Несмотря на большое разнообразие деловых документов, их язык строго подчиняется требованиям официально-делового изложения: точность формулировок правовых норм и необходимость абсолютной адекватности их понимания, состав обязательных элементов оформления документа, обеспечивающих его юридическую правомочность, стандартизованный характер изложения, устойчивые формы расположения материала в определенной логической последовательности и т. д. Для всех форм делового письма обязательно строгое соответствие литературной норме на всех языковых уровнях: недопустимо использование лексико-фразеологических средств разговорного, просторечного характера, диалектных, профессионально-жаргонных слов; нелитературных вариантов словоизменения и словообразования; разговорных синтаксических конструкций. Официально-деловой стиль не приемлет экспрессивных элементов: оценочной лексики, высоких или сниженных слов (шутливых, иронических), образных выражений. Важнейшее требование к языку документа — объективность и «беспристрастность» изложения фактов. Официально-деловой стиль функционирует преимущественно в письменной форме, однако не исключается и его устная форма — выступления государственных и общественных деятелей на торжественных собраниях, заседаниях, приемах. Устную форму деловой речи характеризуют полный стиль произношения, особая выразительность интонации, логические ударения. Выступающий может допустить некую эмоциональную приподнятость речи, даже вкрапление иностилевых языковых средств, не нарушая, однако, литературной нормы. Недопустимы неправильные ударения, нелитературное произношение. Укажем на общие черты официально-деловой речи. Для лексики официальной речи характерно широкое использование тематически обусловленных специальных слов и терминов (юридических, дипломатических, военных, бухгалтерских, спортивных и т. д.). Стремление к краткости обуславливает обращение к аббревиатурам, сложносокращенным наименованиям государственных органов, учреждений, организаций, обществ, партий и т. п. Эта часть лексики постоянно обновляется, пополняется. Деловые тексты отличаются употреблением слов и выражений, не принятых в иных стилях (вышеуказанный, нижеследующий, вышеперечисленный, надлежащий, воспрещается, мера пресечения, содеянное, наказуемость и т. п.). К ним (вносятся устойчивые словосочетания: кассационная жалоба, акт гражданского (состояния), акт неповиновения, подписка о невыезде и др. Регулярное

употребление таких слов и выражений, не имеющих синонимов, способствует точности речи, исключает инотолкования. Морфологические черты официально-деловой речи определяются в значительной мере ее именным характером: в ней наблюдается абсолютное преобладание имен при незначительном использовании глаголов. Неуместность экспрессивной окраски официальной речи делает невозможным употребление междометий, модальных слов, ряда частиц, слов с суффиксами субъективной оценки, прилагательных в сравнительной и превосходной степени. Существительные, обозначающие должности, употребляются, как правило, в форме мужского рода (бухгалтер, директор, лаборант, почтальон, контролер и др.). Высокая частотность отглагольных существительных является следствием закрепления устойчивых оборотов речи (синонимичных глагольным выражениям): порядок составления и исполнения плана перевозок, в целях совершенствования порядка сборов налогов. В таких оборотах речи часто возникает «цепочка» форм родительного падежа существительных (выяснение условий совершения преступления; проверка соблюдения паспортного режима), что придает фразе тяжеловесность и порой затрудняет восприятие подобных оборотов. Прилагательные и причастия в деловой речи часто употребляются в значении существительных (больной, отдыхающий, нижеподписавшиеся), продуктивны краткие формы прилагательных (должен, обязан, обязателен, необходим, подотчетен, подсуден, ответствен). Обращение к ним диктуется характером деловой речи (Вызов экспертов обязателен для установления ... — Уголовно-процессуальный кодекс). Показателен отбор местоимений в деловой речи: здесь не употребляются личные местоимения я, ты, он, она, они (в силу полного отсутствия индивидуализации речи, конкретности, точности высказывания). Вместо указательных местоимений (этот, тот, такой и т. п.) используются слова данный, настоящий, соответствующий, известный, указанный, вышеуказанный, нижеследующий и др. Совсем не находят применения в деловой речи неопределенные местоимения (некто, какой-то, что-либо и т. п.). Для характеристики глаголов в официальной речи также важен именной ее строй: это определяет высокую частотность глаголов-связок (является, становится, осуществляется), замену глагольного сказуемого сочетанием вспомогательного глагола с существительным, называющим действие (оказывать помощь, проводить контроль, осуществлять заботу и т. д.). В сравнении с другими книжными стилями деловой имеет самую низкую частотность глаголов: она на каждую тысячу слов равна 60-ти глаголам, в то время как в научном стиле она составляет 90, а в художественной речи — 151. Предписывающий характер официально-делового стиля, преобладание в нем констатирующего, описательного типов речи над повествованием, рассуждением

определяют его статичность, вытеснение глагольных форм отглагольными существительными.

В официальной речи более употребительны неличные формы глаголов — причастия, деепричастия, инфинитивы, которые особенно часто выступают в значении повелительного наклонения (принять к сведению, внести предложение, рекомендовать, изъять из употребления и т. д.). Формы настоящего времени глагола выполняют функцию предписания: Предприятия несут ответственность за ...; Наниматель отвечает за имущество (такие глагольные формы времени называют «настоящим предписанием»). Формы будущего времени приобретают в контексте различные оттенки (долженствования, предписания, возможности, близкой к необходимости): Границы будут теми, какими они существовали на 1 октября 1941 г. (то есть установлены договором. — «Международное право», т. I); Военное командование выделит ... (т. е. должно будет выделить. — «Международное право», т. III). Другое значение будущего, типичное для деловых текстов, — будущее условное (ирреальное), употребляющееся обычно в сложноподчиненных предложениях с придаточным условным: Страховая сумма выплачивается, если в течение года... наступит постоянная утрата трудоспособности. Вполне согласуется с задачами деловой речи и функционирование форм прошедшего времени. Одно из типичных его значений здесь - прошедшее подчеркнутой констатации, ярко выраженной фиксации сообщаемого в письменной форме (установления, договора и т. д.): Финляндия подтверждает, что она возвратила СССР область... («Международное право», т. I); Мы, нижеподписавшаяся комиссия ...осмотрели, обмерили на выборку, сличили чертежи и приняли многоквартирный щитовой дом (Акт). Глаголы несовершенного вида, как более отвлеченные по значению, чем глаголы вида совершенного, преобладают в жанрах деловой речи более общего характера (конституция, кодексы, уставы и др.). Формы же совершенного вида употребительны в текстах более конкретного содержания (приказы, распоряжения, протоколы собраний, постановления, акты, договоры). Они используются в сочетании с модальными словами в значении долженствования и выражают категорическое приказание, разрешение (должен сообщить, вправе предписать, обязан передать, обязую обеспечить), а также констатацию (Министерство рассмотрело, приняло меры, внесло предложение; организовали, оплатили, завершили и т. д.). Синтаксис официально-делового стиля отражает безличный характер речи (Жалобы подаются прокурору; Перевозка грузов производится). В связи с этим широко применяются страдательные конструкции, которые позволяют абстрагироваться от конкретных исполнителей и сосредоточить внимание на самих действиях (По конкурсу зачислено ... Срок выполнения заказа продле-

вается при условии ...). Синтаксические конструкции в официальной речи насыщены клишированными оборотами с отыменными предлогами: в целях, в связи с, по линии, на основании и др. (в целях совершенствования структуры; в связи с указанными осложнениями; по линии сотрудничества и взаимной помощи; на основании принятого решения). Эти синтаксические клише - специфическая черта официально-делового стиля. Использование подобных синтаксических построений необходимо для выражения типовых ситуаций. Они облегчают и упрощают составление типовых текстов. В официально-деловых документах чаще встречаются сочинительные союзы, чем подчинительные (закон, устав предписывает, а не объясняет, доказывает). В то же время характерной особенностью деловой речи является преобладание сложных предложений: простое предложение не может отразить последовательность фактов, подлежащих рассмотрению в официально-деловом плане. Большую роль в синтаксисе официально-делового стиля играют условно-инфинитивные конструкции (особенно в текстах законов, где это мотивировано целевым заданием - оговорить обусловленность правовой нормы). Характерной чертой деловой речи является также использование инфинитивных и безличных предложений со значением долженствования. В целях достижения лаконизма и точности в деловом стиле часто употребляют параллельные синтаксические конструкции (причастные и деепричастные обороты, конструкции с отглагольными существительными). Для синтаксиса делового стиля характерен строгий и определенный порядок слов в предложении. Это вызвано требованием логичности, последовательности, точности изложения мысли в деловых текстах. Стилистической особенностью деловой речи является также преимущественное использование косвенной речи. К прямой речи в официально-деловом стиле прибегают только в тех случаях, когда необходимо дословное цитирование законодательных актов и других документов.

В оформлении текстов официально-делового стиля большую роль играют абзацное членение и рубрикация, реквизиты — постоянные элементы содержания документа: наименования, даты, подписи, а также принятое для данного документа графическое оформление. Все это имеет первостепенное значение в делопроизводстве, свидетельствует о грамотности составителя документов, его профессионализме и культуре. В зависимости от сферы употребления официально-деловой стиль подразделяется на подстили:

- 1) дипломатический, реализующийся в текстах коммюнике, ноты, конвенции, меморандума, международного соглашения;
- 2) законодательный (юридический), представленный в текстах закона, конституции, указа, устава, гражданских и уголовных актов;

3) административно-канцелярский, используемый в канцелярской переписке, в административных актах, распоряжениях, договорах, различной документации (заявления, доверенности, автобиографии, расписки, характеристики, протоколы и т. д.).

Официально-деловые документы различаются по степени стандартизации речи. Выделяются три вида:

1) документы, которые без стандартной формы теряют юридическую силу (паспорт, свидетельство о браке, о рождении, аттестат зрелости, диплом);

2) документы, не имеющие стандартной формы, но для удобства их использования составляемые по определенному образцу (ноты, договоры и т. п.);

3) документы, не требующие при их составлении обязательной заданной формы (протоколы, постановления, отчеты, деловые письма). Впрочем, и для этих видов деловых бумаг разработаны определенные стандарты, которые облегчают делопроизводство.

Многообразие жанров в официально-деловом стиле дает основание выделить в его составе официально-документальные и обиходно-деловые жанры; в первых представлены особенности языка дипломатии, законов, во вторых — служебной переписки, деловых бумаг. Отметим языковые черты официальных документов, принадлежащих к разным жанрам. Язык дипломатических документов весьма своеобразен: у него есть своя терминология (атташе, коммюнике, демарш, саммит, пакт, конвенция), некоторые термины исконно русские (посол, посланник, поверенный в делах). Иногда слова в дипломатии получают особое, специальное значение. Например, слово протокол, известное нам в его общеупотребительном значении (протокол собрания — документ с записью всего происходившего на собрании, ср.: протокол допроса - точное отражение вопросов и ответов), в речи дипломатов получает иной смысл: это «совокупность общепринятых обязательных правил, традиционно соблюдаемых в международном общении». Правила дипломатической вежливости требуют обращения к высокопоставленным особам с указанием их титулов и форм титулования (принц, королева. Его Высочество, Его Превосходительство и т. п.). Выработаны строгие формы начала и окончания различных документов. Например, личная нота должна быть написана от первого лица (от имени того, кто ее подписывает).

Обращение требует добавления слова уважаемый, а в конце, перед подписью, обязательна формула вежливости («комплимент»):

Здравствуйтесь, уважаемая Елена Юрьевна! Просим Вас принять рукопись для публикации в научном журнале ... С признательностью ...

Стандартизация делового письма привела к созданию готовых текстов (типовые тексты, трафаретные письма), в которые следует лишь вписать конкретную информацию. Появление таких образцов для деловых писем связано с необходимостью решения однотипных проблемных ситуаций в производстве, на транспорте, в торговле. Такие письма имеют преимущества благодаря гораздо меньшим затратам рабочего времени на их составление (в трафаретных письмах - заполнение пробелов) и обработку.

Типовой текст строится на основе не только клишированных фраз, но и клишированных предложений:

В ответ на Вашу просьбу высылаем Вам интересующую Вас информацию.

Настоящим подтверждаем свое участие в выставке.

Считаем необходимым выразить свое несогласие с Вашими замечаниями по качеству выполнения работ.

Однако трафаретных текстов сегодня становится все меньше, потому что увеличивается количество нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке. Отсутствие типовых текстов затрудняет делопроизводство. Как преодолеть эти трудности? Тем, кто связан с деловой перепиской, можно порекомендовать освоить набор закрепившихся в этой сфере речевых стандартов.

Приведем примеры фраз-клише, используемых в регламентированных текстах.

1. В письмах, содержащих мотивацию тех или иных действий, пишут:

*В соответствии с:*

- протоколом о взаимных поставках ...;
- предварительной договоренностью ...;
- решением арбитража подзаконным актом о ...

*На основании протокола о взаимных поставках прејскуранта ...*

*В связи с открытием новой линии выходом из строя агрегата ...*

При этом обычно используют устойчивую речевую формулу ввода информации:

Ставлю Вас в известность...

Требуем принять решение о...

Просим принять меры к...

Сообщаем Вам...

Отвечаем Вам настоящим письмом...

ЗАО «Яхонт» заявляет о ...

Информируем Вас о ...

Мотивация должна быть выражена в убедительной и вежливой форме (*Мы будем рады получить от Вас ответ не позднее... Просим незамедлительно погасить задолженность ...*).

Выработаны разнообразные языковые формулы, которые удобно использовать при объяснения причин, мотивов, цели написания делового письма. Так, ряд стандартных выражений указывает на причину составления текста:

По причине задержки оплаты ...

В связи с неполучением счета-фактуры ...

Ввиду несоответствия Ваших действий ранее принятым договоренностям ...

Ввиду задержки получения груза ...

Вследствие изменения цен на энергоносители ...

Учитывая, что производственные показатели снизились на ...

Учитывая социальную значимость объекта ...

При ссылках на известные документы приняты такие формулы:

Ссылаясь на Ваше письмо от ...

В соответствии с достигнутой ранее договоренностью ...

Ссылаясь на Ваш запрос от ...

Ссылаясь на устную договоренность ...

В ответ на Ваше письмо (запрос) ...

В соответствии с нашей договоренностью...

На основании нашего телефонного разговора ...

На основании устной договоренности ...

Согласно постановлению правительства ...

Согласно Вашей просьбе...

При указании на цель отправления письма употребляются такие обороты:

В целях скорейшего решения вопроса ...

В целях выполнения распоряжения ...

Для согласования спорных вопросов ...

Для согласования вопросов участия ...

Для наиболее полного освещения деятельности Вашей организации в СМИ ...

Для решения спорных вопросов ...

В целях безопасности прохождения груза ...  
В ответ на Ваш запрос ...  
Во избежание конфликтных ситуаций ...  
С целью ознакомления с ... отправляем Вам ...

Все перечисленные выражения необходимо использовать с учетом контекста и речевой ситуации. Например, если вам нужно сослаться на какой-либо документ, лучше всего использовать выражения, начинающиеся со слов «*В соответствии ...*», «*Согласно ...*». Однако при ссылках на телефонный разговор эти стандартные выражения неуместны.

В письмах, содержащих ответ на запрос, просьбу, приняты такие формулировки:

В ответ на Ваше письмо от (на Ваш запрос, на Вашу просьбу) ...

Ссылаясь на Ваше письмо от (на Ваш запрос, на нашу договоренность, на наш телефонный разговор) ...

Согласно Вашей просьбе ...

Согласно нашей договоренности ...

В соответствии с дополнительным протоколом (с нашей договоренностью, с Вашей просьбой) ...

На основании дополнительного протокола (соглашения) ...

В связи с Вашей просьбой (нашей договоренностью) ...

В подтверждение нашей договоренности (телефонного разговора) ...

направляем  
высылаем  
посылаем  
препровождаем  
Вам ...

Иные речевые стандарты закреплены за информационными письмами. Так, в письмах-сообщениях пишут:

Сообщаем, что ...

Извещаем

Уведомляем

Информируем

Вас о том, что...

Ставим Вас в известность, что ...

Считаем необходимым поставить Вас в известность о ...

Сообщаем к Вашему сведению, что ...

Доводим до Вашего сведения, что ...

Нам приятно сообщить (Вам), что ...

Имеем честь сообщить (Вам), что ...

С радостью сообщаем (Вам) о ...

Есть множество и других стандартных выражений, используемых в различных видах деловой переписки, их лексика определяется содержанием писем (письмо-приглашение, письмо-благодарность, письмо-напоминание, предложение (оферта), рекламация и др.).

Для морфологии административно-канцелярского подстиля характерно употребление личных форм глагола и личных местоимений, что объясняется конкретизацией речевых средств в деловых документах рассматриваемой группы. Правда, здесь чаще представлены формы множественного числа, поскольку адресат и автор деловой переписки выступают от имени коллектива. И только в заявлении, объяснительной записке, расписке, автобиографии личные формы глаголов и местоимений употребляются в единственном числе (*Прошу предоставить мне очередной отпуск ... Или: Я, Комарова Елена Владимировна, взяла в библиотеке ...*).

Административно-канцелярской речи чужда экспрессия, но в особых случаях (праздничный приказ по учреждению, почетная грамота, адрес юбиляру) возможно использование оценочных суффиксов, степеней сравнения прилагательных, образных выражений.

Синтаксис канцелярских документов отличается сложностью: употребительны сложноподчиненные предложения, длинный перечень однородных членов, причастные и деепричастные обороты. В приказах и распоряжениях преобладают побудительные предложения с инфинитивом, выступающим в значении повелительного наклонения (зачислить, назначить, представить развернутый план работы, контроль за исполнением приказа возложить на...). Однако в других видах административно-канцелярских документов побудительные предложения используются редко. Это объясняется тем, что по сравнению с законодательным в канцелярском подстиле смягчена модальность долженствования (она характерна лишь для приказов и распоряжений), поэтому способ изложения в канцелярских текстах в основном описательный (в отчете, акте, характеристике) и повествовательный (например, в автобиографии), менее распространено рассуждение, оно употребляется главным образом в служебном письме, где нужно что-либо обосновать, доказать. В канцелярских документах повествование, описание и рассуждение очень часто сочетаются между собой. Директивный стиль изложения в этих документах встречается редко (в основном в приказах, распоряжениях).

Большую роль в канцелярском подстиле играет графика, написание и расположение реквизитов.

Приведем примеры некоторых распространенных деловых документов, для которых графическое оформление закреплено стандартом.

Ректору Южно-Уральского государственного  
гуманитарно-педагогического университета  
Т. А. Чумаченко  
студента II курса факультета подготовки  
учителей начальных классов Александровой Т. Я.

заявление.

Прошу разрешить мне сдать досрочно экзамены за II курс, так как во время экзаменационной сессии я буду работать на Московской международной книжной ярмарке.

12 мая 2021 г.

(подпись)

Александрова Т. Я.

Итак, функционально-стилистическая дифференциация языка выражается в появлении разновидностей языка, обусловленных его использованием в разных сферах человеческой деятельности с различными коммуникативными задачами, т. е. в появлении функциональных стилей и подстилей. Функциональные стили делятся, в свою очередь, на речевые жанры, каждый из которых обладает некоторыми специфическими языковыми характеристиками и общими, объединяющими чертами. Большая степень функционально-стилистической дифференциации соответствует более развитым в функциональном отношении языкам.

Деловое общение всегда прагматично, подчинено решению какой-либо задачи (личной, производственной, коммерческой). Поэтому одно **из условий успеха в любом виде делового общения** — умение вести себя в обществе, умение подать себя, правильная убедительная речь, т. е. деловое общение требует знания правил этикета и речевых формул, употребляемых при ведении беседы, на совещании, переговорах и в других речевых ситуациях. Встретив нового человека, надо уделить ему внимание в течение нескольких минут. Чтобы поддержать беседу, надо задавать вопросы. Не исправлять ошибки или акцент собеседника. Быть всегда вежливым, корректным, выдержанным и приветливым. Помнить о своих обещаниях и не опаздывать.

В деловом общении большое значение имеет умение сесть правильно или посадить клиента, партнера в условиях беседы, переговоров или совещания. При этом различают 4 позиции:

- угловое расположение подходит для дружеской беседы, ситуации начальник – подчиненный, где угол играет роль барьера;

- кооперативное поведение — совместное действие, когда партнеры за столом садятся рядом;

- конкурирующие — оборонительная позиция, субординация, в переговорах равнозначные позиции, когда делегации рассаживаются друг против друга;

- независимая позиция, когда выбирается позиция по диагонали, противоположная остальным, свидетельствующая о собственной точке зрения, нежелании вступать в контакт.

Выбор стола, прямоугольный он или круглый, тоже определяет позиции и статус участников, создает обстановку подчиненности или, напротив, неформальности (например, столы овальной формы в правительственных помещениях разных стран и международных организаций, прямоугольные столы, за которыми на совещаниях сидят члены правительства, ведутся переговоры). Также по расположению сидящих в комнате за столом можно понять, кто руководитель, определить социальный статус. Так, руководитель всегда сидит лицом к двери. Первые лица сидят по обе руки от него, далее согласно рангу. Если стол круглый, рассаживаются по часовой стрелке по алфавиту при участии трех или более сторон. При неофициальной встрече двух сторон рассаживаются вокруг журнального столика, руководитель делегации гостей садится на диван или в кресло по правую руку от хозяина. Виды делового общения разнообразны и многоплановы. Это презентация, ярмарка-выставка, переговоры, совещание, беседа и др. Вас вызывает декан, Вы хотите устроиться на работу, у Вас новые идеи, и Вы хотите доложить о них шефу. Значит, Вы должны настроиться на деловую беседу, т. е. на устный контакт заинтересованных людей, партнеров, связанных делом. В современной деловой коммуникации под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем; это речевое общение, предполагающее обмен мнениями, точками зрения, нужной информацией. Характер деловой беседы определяется профессиональными и деловыми интересами ее участников, также типом отношений — горизонтальных или вертикальных. Деловые беседы могут быть официальными и неофициальными, с соблюдением формальностей и без них. По характеру обсуждаемых вопросов они делятся: на кадровые — прием на

работу, увольнение, перемещения; дисциплинарные — связанные с обязанностями, дисциплиной; организационные — связанные с выполнением поручений и заданий; творческие — посвященные разработке новых концепций, идей. Беседа строится исходя из трех принципов:

– сознательная настройка на уровень собеседника, учет его личности, интересов, опыта;

– рациональная организация беседы;

– простота, логичность, нормативность языка (культура речи).

Знание правил проведения деловых бесед повышает заинтересованность партнеров, способствует принятию решений, в конечном счете повышает эффективность деятельности организации. Для проведения деловой беседы важен подготовительный этап: *заранее определяется предмет беседы, место, время, круг вопросов, готовятся документы, схемы, доводы, обсуждается предполагаемый результат*. Готовясь к важной деловой беседе, надо заранее установить (лучше записать): как нужно начинать разговор, какие будут аргументы, каких возражений следует ожидать, как их опровергать, как закончить беседу. Деловая беседа состоит из пяти фаз: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение аргументов собеседника, принятие решения. Первые фразы решают, состоится разговор или нет. Правильное начало предусматривает указание цели беседы, название, объявление последовательности рассматриваемых вопросов, установление контакта с собеседником. Для собеседника приятно, если его сразу же называют по имени. Во время деловой беседы лучше не перебивать собеседника, не следует негативно оценивать его высказывания, подчеркивать разницу между собой и партнером, резко убыстрять темп беседы; кроме того, необходимо избегать вторжения в «личную зону» партнера и учитывать психологическое состояние собеседника.

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. По какому признаку литературный язык делится на функциональные стили?
2. В чем особенность литературно-художественного стиля?
3. Существуют ли национальные особенности делового общения?
4. Какие требования выдвигаются к устной речи делового человека?
5. Какие виды делового общения представляют для вас наибольшую трудность?
6. Каковы пути повышения качества речи?
7. Назовите диалогические формы устного делового общения.

8. Какие виды монологической деловой речи вы знаете? В чем состоят их особенности?

9. В чем заключается подготовка выступающего к публичной речи и структура выступления?

10. Назовите и охарактеризуйте формы группового делового общения.

#### *Список литературы*

1. Русский язык и культура речи: Курс лекций / Г. К. Трофимова. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 160 с.

2. Каменская О. Г., Кан Р. А., Стрекалова Е. Т., Запорожец М. Н. Русский язык и культура речи : учебное пособие для студентов. – Тольятти, 2005. – 99 с.

3. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи : учебное пособие / Голуб И. Б. – Москва : Логос, 2014. – 432 с. – ISBN 978-5-98704-534-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/39711.html> (дата обращения: 21.11.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Васильева В. Д., Петрунева Р. М. Деловое общение в профессиональной деятельности: конспект лекций: учебное пособие / ВолгГТУ. – Волгоград, 2017. – 188 с. – ISBN 978–5–9948–2445–0.

5. Солганик Г. Я. Стилистика текста : учебное пособие. – Изд. 3-е. – М. : Флинта; Наука, 2001. – 256 с. – ISBN 5-89349-008-8 (Флинта); 5-7396-0012-x (Наука).

### **2.3 Русский речевой этикет**

Термин «этика» в науку был введен Аристотелем. Дефиниция «этика» (лат. *ethica*; греч. *ethos* привычка, обычай, нрав) в литературе трактуется как философская наука, объектом изучения которой является мораль. Она регулирует поведение человека во всех сферах общественной жизни: в труде, в быту, в науке, в семейных и международных отношениях; философское учение, исследующее нравственную жизнь отдельной личности, определенной социальной группы и общества в целом; учение об основных принципах нравственности и о нормах человеческой деятельности с точки зрения понятий о добре и зле; философское учение о морали, ее развитии, принципах, нормах и роли в обществе и др. Мы будем здесь придерживаться определения «этика», приведенного в работе. На наш взгляд, оно наиболее полно отражает семантику этого понятия. Основу предмета этики составляет учение о

морали в деловых отношениях, о законах развития нравственных представлений, отражающих материальные условия жизни людей. Этика занимается:

- конкретно-социологическим исследованием морали в различных группах общества, показывает роль морального фактора в социальном развитии общества, в становлении человеческой личности;

- анализом взаимоотношений деловых партнеров с позиции толкования нравственных оценок причин успехов или неудач в какой-либо деятельности.

Главная причина вызвавшая интерес к деловой этике — суммарный вред неэтичного, делового поведения людей, ощущаемый не только потребителями, но и производителями, обществом в целом, превышение этого общественного вреда над индивидуальной или групповой выгодой. В цивилизованном мире реакция на это выразилась в падении престижа корпораций и бизнесменов, что в свою очередь поставило под сомнение качество товаров и услуг, а тем самым под угрозу их прибыли. Этические нормы – система общих ценностей и правил этики, соблюдение которых организация требует от своих сотрудников. Этические нормы используются непосредственно в практике воспитательной деятельности и в практике повседневного человеческого поведения, когда элементы мировоззрения становятся мотивами поступков. Требования нравственности (морали) формируются в практике массового поведения, в процессе взаимного общения и являются отражением жизненно практического и исторического опыта непосредственно в коллективных и индивидуальных представлениях, чувствах и воле. В отличие от кодексов юридических норм этика основывается на культуре, общественном мнении, традициях и привычках. Нормы морали выражаются в общих фиксированных представлениях (заповедях, принципах) о том, как необходимо поступать. В морали должное и фактически принятое совпадает далеко не всегда и не полностью. Моральные нормы воспроизводятся повседневно силой массовых привычек, воспитываемых в личности убеждений и побуждений. Человек должен сам осознавать общие принципы, нормы и понятия добра и зла, внутренне их принимать и соответствующим образом направлять свои действия в дальнейшем. В морали громадную роль играет индивидуальное сознание (личные убеждения, мотивы и самооценки), позволяющее человеку самому контролировать, внутренне мотивировать свои действия, самостоятельно давать им обоснование, вырабатывать линию поведения. Деловые отношения — взаимосвязь между партнерами, коллегами и даже конкурентами, возникающая в процессе совместной деятельности на рынке и в коллективе. Участники взаимодействия получают возможность влиять на знания, умения и навыки, отношения, чувства друг друга. По мнению Б. Ф.

Ломова, когда мы изучаем образ жизни конкретного индивида, мы не можем ограничиваться анализом только того, что и как он делает, мы должны исследовать и то, с кем и как он общается. Это знание партнера общения в профессиональной жизни не менее значимо, чем в быту. Таким образом, сфера деловых отношений может раскрыть сущность нашего партнера по общению. Этика переговоров — кодекс сводных правил общения партнеров в процессе деловых отношений и переговоров, создающих определенный морально психологический климат в процессе деятельности, Она включает:

- изучение исторического опыта в области деловой этики;
- рассмотрение современной деловой этики;
- интеграция с международной этической деловой культурой, с ее морально-психологическими стандартами.

- изучение форм и правил ведения деловых отношений.
- моральное воспитание людей.

Среди специалистов, занимающихся этикой деловых отношений, существует несколько различных подходов к изучаемой проблеме.

В сфере деловых отношений действует правила и нормы:

1. Формальные законы, предписываемые обществом и охраняемые с помощью соответствующих санкций.

2. Нормативные принципы, зафиксированные в общечеловеческих этических нормах («не укради», «не убей», «не лжесвидетельствуй» и т. п.) и, как правило, основанные на системе религиозных убеждений, измена которым приводит к внутреннему психологическому дискомфорту (угрызение совести).

3. Нормы группового поведения (профессиональные, «цеховые»), в значительной мере обусловленные культурой страны или региона. Общая тенденция в мире – конвергенция (сближение) деловых культур на основе общечеловеческих нормативных принципов.

Этика наполняет предпринимательство смыслом при всех обстоятельствах, в любой сфере экономики, финансов, в условиях любой культуры, учит быть полезным, т. е. уметь принимать позицию другого лица, ставить себя на место другого, проявлять желание к этому, находить смысл и ценность в интересе к другому человеку, а также в заботе о нем. Одним из этических компонентов П. Костенбаум считает заботу, любовь, преданность и верность. М. Фридман считает, что предпринимательству отведена роль «добывания возможно большего количества денег». Правда, автор оговаривает, что методы добывания денег не означают вседозволенности. Эти правила подразумевают, что исключается обман, принуждение и нечестность. Партнеры по общению должны вести открытую и свободную конкурентную

борьбу без мошенничества и обмана. Многие специалисты по этике считают, что выход следует искать в воспитании людей. К основным категориям науки «этика» относятся: добро, долг, добродетель, совесть, терпимость, честь, любовь к ближнему, чувство собственного достоинства, честность, мораль и др. Для обеспечения результативности процесса общения, все вышеназванные качества должны быть сформированы у участников деловых отношений.

Обязательными условиями делового общения являются вежливость, естественность; достоинство; такт. Вежливость предполагает, прежде всего, приветствие. Формы приветствий в различных странах отличаются. Но при всем многообразии приветствий международный этикет в своей основе одинаков: люди встречаясь, желают друг другу добра и благополучия, здоровья, успехов в труде, доброго утра, дня или вечера. Поэтому следует выполнять следующие правила этикета, касающиеся приветствий:

- 1) здороваться необходимо независимо от того, в каких отношениях находятся люди, симпатизируют они друг другу или нет;
- 2) первый здоровается входящий;
- 3) здороваться за руку необязательно, а если в комнате работают несколько человек, то и не нужно.

Нарушением этикета являются шумные, несдержанные приветствия. Простой жест, легкая улыбка выражают почтительность и уважение. У нас в стране приветствуют, придерживаясь следующих правил: мужчина первым приветствует женщину; младший по возрасту - старшего; младший по должности работник - старшего; член делегации - руководителя (своей или иностранной). В любом случае в момент приветствия во рту не должно быть сигареты и нельзя держать руку в кармане. Можно порекомендовать следующие правила:

- 1) придя на работу, необходимо поприветствовать своих коллег. Дать им понять, что рады начать с ними новый рабочий день, что они могут рассчитывать на вашу помощь и поддержку. Улыбка и утреннее приветствие оказывается сильным стимулом хорошего настроения;
- 2) необходимо научиться управлять своим поведением в любых условиях. Быть приветливыми и вежливыми, улыбаться людям. Стремится поддерживать хорошее настроение и у себя, и у окружающих. Вежливость, приветливость, доброжелательность в равной степени нужны на всех уровнях при общении с руководителем, с подчиненным, вышестоящими лицами и другими как бы вызывающе они себя не держали;
- 3) манера общения между коллегами зависит от состояния межличностных отношений. Местоимение «Вы» является не только выражением культуры общения, но и способом поддержания служебной дистанции; об-

ращение к подчиненным на «Вы» – необходимый инструмент поддержания нормальных служебных отношений и трудовой дисциплины;

4) приказ и просьба. Приказная форма необходима в экстремальных условиях: угроза срыва выполнения важного задания, нарушение правил техники безопасности и т. д. Приказ необходим при даче поручений, входящих в круг прямых обязанностей подчиненного. При этом тон всегда должен быть вежливым. Поручения, не входящие в круг обязанностей данного подчиненного, даются в форме просьбы. Золотое правило: подчиненные лучше воспринимают поручения в форме просьбы, чем приказа, особенно женщины;

5) благодарить, но и взыскивать. Надо чаще и умело пользоваться мерами поощрения. При этом необходимо помнить правила: «Поругал — проиграл, похвалил — выиграл», «Хвалить прилюдно, ругать – наедине». Следует помнить, что при выборе форм выражения и меры наказания учитывается возраст, пол и темперамент работника;

6) свою точку зрения можно отстаивать до принятия решения. В споре необходимо делать всё, чтобы убедить других исполнителей в своей правоте. Но если решение принято, нужно рассматривать его как своё собственное;

7) создавать настрой на успех. Заражая своей верой в успех своих партнеров, создается ситуация уверенности в успехе фирмы (организации) у клиентов, которые обслуживаются. Стараться создавать вокруг себя оживленную, полную оптимизма атмосферу. Сочетание реализма и оптимизма является ключом к достижению результативности различных видов деятельности;

8) необходимо делать всё вовремя, быть пунктуальным, назначенные встречи вносите в свой календарь. Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Важно знать, что не рекомендуется приходить на работу раньше своего руководителя и уходить позже него. Принцип «вовремя» распространяется также на отчеты и любые другие поручаемые задания;

9) обязательность хранения тайны и секретов учреждения. Все секреты компании необходимо держать при себе. Не критиковать фирму, особенно при посторонних. Никогда никому не пересказывать того, что иногда приходится слышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни;

10) говорить и писать необходимо грамотно и доходчивым языком. Тот, кто умеет четко выразить свою мысль, обладает большим преимуществом. Неумение как следует писать и говорить нередко отбрасывает человека назад, и его способности могут пропасть впустую;

11) выполнение обещаний, данные начальству, клиентам, сотрудникам и самому себе. Если человек вовремя выполняет данное им обещание, то это характеризует его как дисциплинированного и обязательного человека;

12) необходимо быть очень осторожным, принимая подарки, которые нельзя называть чисто символическими;

Неотъемлемым элементом деловых качеств работника является культура ведения телефонного общения. Существуют следующие рекомендации.

1. При выполнении срочной, не терпящей отлагательства работы, либо совсем не снимать трубку телефона, либо вежливо попросить перезвонить попозже.

2. Если аппарат один, и он стоит в общей комнате, где работают несколько сотрудников, следует поочередно устанавливать его на каждый рабочий стол, чтобы распределять «бремя общения».

3. Обычно отрицательно воспринимаются словоохотливые работники, поэтому необходимо постараться самому избавиться от привычки болтать по телефону. Даже служебный разговор можно провести коротко и продуктивно.

4. Не набирайте номер абонента по памяти, если нет уверенности в его точности.

5. Если Вы набрали неправильный номер, не спрашивайте: «Куда я попал», а говорите: «Это номер такой? Извините, я ошибся».

6. Часто возникает вопрос: как лучше представляться по телефону? Этика телефонного общения предписывает всегда называть себя, прежде чем начать разговор, даже если Вы рассчитываете, что Вас узнают по голосу.

7. Трубку следует снимать до четвертого звонка телефона.

8. Не произносите «Алло», когда снимаете трубку, если Вы находитесь в Организации. Лучше произнести её название, например, вуз «ЮУрГГПУ ...». Совмещение отзыва с представлением задает деловой тон всему разговору.

9. При вызове по телефону отсутствующего в данное время сотрудника не ограничивайтесь ответом: «Его нет». Следует сказать: «Он будет тогда-то. Может быть ему что-нибудь передать?» И если об этом попросят необходимо зафиксировать просьбу и положить записку на стол коллег.

10. Если вдруг что-то прерывает телефонный разговор, следует сказать: не «Подождите минутку», а «Я перезвоню чуть позже» и обязательно выполнить.

11. Не позволяйте вошедшему во время телефонного разговора посетителю слушать Вас, а попросите зайти через несколько минут или прервать на время разговор.

12. Не забывайте о том, что Вы попросили набрать номер телефона. Это очень неловкая ситуация, необходимо избегать подобных казусов.

13. Не спешите звать шефа к телефону. Могут быть тонкости, которые необходимо предварительно выяснить. Если шеф не может именно в этот момент вести разговор, секретарю надо извиниться и попросить позвонить попозже.

14. Постарайтесь звонить абоненту во второй половине дня, чтобы не сбивать его с рабочего ритма.

15. Все разговоры следует вести доброжелательным тоном. Если даже ответ точен и полон, но дан в грубой форме и не в тактичной форме, это наносит ущерб авторитету и работника, и организации, которую он представляет.

16. Необходимо быть дружелюбным с секретарем. Зачастую он (она) обладает определенным влиянием.

17. Если у Вас есть секретарь, то необходимо ему поручать помнить тот круг организаций и лиц, с которыми Вас следует соединять в определенное время. Кроме того, секретарь должен знать характер вопросов, входящих в компетенцию работников и направлять абонента к соответствующему сотруднику.

18. Не давайте выхода отрицательным эмоциям. Вашему собеседнику вряд ли будет интересно, что за пару минут до этого Вы имели неприятный разговор с шефом. Если же плохое настроение не покидает Вас, сделайте глубокий вздох и сосчитайте до 10, чтобы успокоиться.

19. Необходимо отвечать на все телефонные звонки, как бы ни было это утомительно. Никогда нельзя знать заранее, какой по счету звонок принесет выгодный контракт или ценную информацию. Существуют выражения, которых необходимо избегать, чтобы об организации не сложилось превратное представление:

1. «Я не знаю». Никакой другой ответ не может подорвать доверие к фирме столь быстро и основательно. Если же Вы не в состоянии дать ответ собеседнику, лучше сказать: «Хороший вопрос ... Разрешите, я уточню для Вас».

2. «Вы должны ...» Это серьезная ошибка. Ваш клиент Вам ничего не должен, Формулировка должна быть гораздо мягче: «для Вас имеет смысл ...» или «Лучше всего было бы ...».

3. «Подождите секундочку, я скоро вернусь». Скажите вашему собеседнику что-то более похоже на правду: «Для того чтобы найти нужную информацию, может потребоваться две-три минуты. Можете подождать?».

4. «Нет», произнесенное в начале предложения, невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению проблемы усложняется. Для проверки того, как сотрудники фирмы (организации) усвоили уроки телефонного этикета, – достаточно позвонить в офис и представиться клиентом. После этого можно делать организационные выводы.

Культура речи — это, во-первых, владение нормами литературного языка в его устной и письменной форме, умение выбрать и организовать языковые средства так, чтобы в определенной ситуации общения и при соблюдении этики общения обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных задач коммуникации; во-вторых, область языкознания, занимающаяся проблемами нормализации речи, разрабатывающая рекомендации по умелому пользованию языком. Культура речи содержит в себе три компонента: *нормативный, коммуникативный, этический*.

Нормативный компонент (аспект). Культура речи предполагает, прежде всего, правильность речи, т. е. соблюдение норм литературного языка, которые воспринимаются его носителями в качестве идеала или образца. Языковая норма — это центральное понятие речевой культуры, а нормативный аспект культуры речи считается одним из важных. Нормативный аспект культуры речи неотделим от понятия языковая норма. Языковая норма — это правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка, принятые в данное время данным языковым коллективом в качестве образцовых или предпочтительных. Языковая норма — отличительный признак литературного языка. Основное свойство норм — их обязательность для всех говорящих и пишущих на русском языке. И еще два важных свойства норм: их устойчивость и в то же время историческая изменчивость. Если бы нормы не были устойчивыми, если бы они легко подвергались различного рода воздействиям, языковая связь между поколениями была бы разрушена. Устойчивость норм также обеспечивает преемственность культурных традиций народа. В то же время устойчивость норм не абсолютна, а относительна. Норма, как и все в языке, медленно, но непрерывно изменяется под влиянием разговорной речи, местных говоров, речи различных социальных и профессиональных групп людей, заимствований. Изменения в языке влекут за собой появление вариантов некоторых норм. Это значит, что одно и то же грамматическое значение (например, места, времени, причины), одна и та же человеческая мысль могут быть выражены посредством разных слов, их форм и сочетаний, с использованием разных фонетических средств. Категория вариантности является одной из важных категорий языковой нормы, так как сама проблема нормы становится актуальной в том случае, когда возникает проблема выбора одного и того же значения или

смысла. В пределах нормы варианты различаются степенью предпочтительности. Типология ошибок, вызванных отклонением от литературной нормы, охватывает все уровни языка. Рекомендации правильного нормативного употребления даются в словарях. Языковая норма — это не догма, претендующая на неукоснительное выполнение. В зависимости от целей и задач общения, от особенностей функционирования языковых средств, в том или ином стиле и в связи с определенным стилистическим заданием возможно сознательное и мотивированное отклонение от нормы. Такие отклонения имеют вторичный характер, рассчитаны на понимание их смысла и представляют собой литературный прием. Осознанное, специальное употребление речевых «ошибок», характеризующих ту или иную речевую ситуацию, может быть допустимым в среде профессионально связанных людей, когда «ошибки» вносят элемент непринужденности (обычно ироничности) в общение хорошо понимающих друг друга собеседников.

Основа коммуникативного аспекта культуры речи — умение отбирать и употреблять языковые средства в процессе речевого общения.

На протяжении всей истории развития учения о культуре речи гораздо большее внимание, особенно в советское время, уделялось нормативному аспекту культуры владения языком. Это во многом объясняется ситуацией, сложившейся в стране после 1917 г. К общественной деятельности были привлечены огромные массы людей. Эта общественная деятельность требовала и активной речевой деятельности с использованием литературного языка, нормами которого владели далеко не все. Поэтому нормативному аспекту культуры речи придавалось особое значение. Дальнейшая история страны — эпоха сталинизма — также не способствовала развитию культуры речи в коммуникативном аспекте. Ведь основа основ культуры речи с точки зрения коммуникативного аспекта — выбор нужных для данных целей общения языковых средств. Это процесс творческий, а творчество и диктатура «сильной личности» — вещи несовместимые. Во всем, в том числе и в речевой деятельности, предписывалось в те времена следовать готовым рецептам. Лингвисты всегда признавали важность коммуникативного аспекта культуры речи. Еще в советское время С. И. Ожегов писал: «Высокая культура речи — это умение правильно передать свои мысли средствами языка. Правильной речью называется та, в которой соблюдаются нормы современного литературного языка ... Но культура речи заключается не только в следовании нормам языка. Она заключается еще и в умении найти не только точное средство для выражения своей мысли, но и наиболее доходчивое (т. е. наиболее выразительное) и наиболее уместное (т. е. наиболее подходящее для данного случая) и, следовательно, стилистически оправданное».

Язык выполняет разные коммуникативные задачи, обслуживает разные сферы общения. Это может быть язык науки, обыденная разговорная речь. Каждая сфера общения предъявляет к языку свои требования. Поэтому невозможно говорить в коммуникативном плане о культуре владения языком вообще. Речь должна идти о культуре владения разными функциональными разновидностями языка. То, что хорошо в одной функциональной разновидности языка, оказывается совершенно непонятным в другой. Посмотрим в словаре, у каких слов стоит помета «разговорное»: ворочать (делами), ворчун, восвояси, вперебой, впихнуть, впрямь, впустую, временами (иногда), всласть, всплакнуть, вспомнать, встряска, всухомятку, выволочка, газировка, гибель (много), глазастый, глядь, голубчик, грошовый, ни гу-гу и др. Прекрасные слова. Помета «разговорное» их не порочит. Помета предупреждает: лицо, с которым вы в строго официальных отношениях, не называйте голубчиком, не предлагайте ему куда-нибудь его впихнуть, не сообщайте ему, что он долговязый и временами ворчун ... В официальных бумагах не употребляйте слова глядь, всласть, восвояси, грошовый ...». Для успешной реализации коммуникативных задач необходимо иметь представление о функциональных разновидностях языка. Язык располагает большим арсеналом средств. Так, для официально-делового стиля характерной чертой является штамп (стандартные обороты речи). Невозможно представить себе вольную форму в заявлении о командировке или об отпуске, так как существуют установленные образцы составления официальных документов. Для эффективной деловой беседы по телефону необходимо сразу же отрекомендоваться, при ведении делового разговора не должно быть никаких излишеств. Главнейшее требование к хорошему тексту таково: из всех языковых средств для создания определенного текста должны быть выбраны такие, которые с максимальной полнотой и эффективностью выполняют поставленные задачи общения, или коммуникативные задачи. Этический аспект культуры речи. В каждом обществе существуют свои этические нормы поведения. Они касаются и многих моментов общения. Простой пример. Если вы утром садитесь за стол с членами своей семьи, чтобы просто позавтракать, то вполне этичным будет попросить: «Передай-ка мне хлеб». Но если мы сидим за большим праздничным столом с незнакомыми или с не очень близкими нам людьми, то по отношению к ним уместнее будет ту же просьбу выразить так: «Не можете ли Вы (или: Вас не затруднит) передать мне хлеб»? Чем отличается первая ситуация от второй? Понятно, что не нормативностью. С точки зрения эффективности коммуникации в первом случае прямым образом и более ясно выражается мысль, чем во втором, где смысл высказывания передан косвенно, но в ситуации праздничного стола все же уместнее вторая форма. Разли-

чие между первым и вторым способом выражения просьбы именно в следовании этическим нормам.

Этический аспект культуры речи связан с умением использовать правила языкового поведения в конкретных ситуациях общения. Наиболее явно этический аспект проявляет себя при выполнении контактоустанавливающей функции. Данная функция — это сам факт общения, тема при этом не имеет большого значения; не имеет значения и то, хорошо или плохо раскрывается эта тема. Здесь этический аспект общения выступает на первый план. Вам, например, неудобно идти молча со своим знакомым, с которым Вас, однако, связывает не слишком многое, и вы начинаете разговор о погоде, хотя Вам и Вашему собеседнику она в данный момент безразлична. Цель такого разговора одна — установление контакта. Роль этических норм в общении можно прояснить и на другом примере. Сквернословие — это тоже «общение», но в таком общении грубейшим образом нарушены именно этические нормы. Таким образом, культура речи представляет собой такой выбор и такую организацию языковых средств, которые в определенной ситуации при соблюдении современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении поставленных коммуникативных задач. Культура речи — это умение правильно говорить и писать, а также умение употреблять слова и словосочетания в соответствии с целями и ситуацией общения, с критериями правильности и коммуникативной целесообразности. Этика речевого общения предписывает говорящему и слушающему создание благожелательной тональности разговора, тональности, которая приводит к согласию и успеху. Этикет — сложная система знаков, указывающих в процессе общения на отношение к другому человеку, к собеседнику, оценку его и в то же время самого себя, своего положения относительно собеседника. Речевой этикет вербально обслуживает этикет поведения и составляет как широкую область стереотипов общения, применяемых в различных ситуациях, так и узкую область стереотипов в границах обращения и привлечения внимания, приветствия, просьбы, предложения и т. д. Речевой этикет в узком смысле слова — это национально специфические правила речевого поведения, применяемые в ситуациях вступления собеседников в контакт и поддержания общения в избранной тональности в соответствии с обстановкой общения, социальными признаками коммуникантов и характером их взаимоотношений. Слова «этикет» и «этика» воспринимаются как близкие по значению. Этикет по существу является конкретизацией положений этики. Речевая этика — это правила должного поведения, основанные на нормах морали, национально — культурных традициях. Этические нормы воплощаются в специальных этикетных речевых формулах и выражается в высказы-

ваниях различными языковыми средствами. Умение соблюдать этические нормы всегда ценилось высоко. Знание норм этики, умение следовать им в поведении и в речи свидетельствует о хороших манерах. В речевой коммуникации под этим понимается владение этикетной культурой, умение контролировать свои чувства, эмоции, управлять своей волей и т.п. К соблюдению этикетных норм относится проявление таких качеств, как вежливость, внимательность, тактичность, выдержанность. Выражаются эти качества через конкретные речевые действия. Главный этический принцип речевого общения — соблюдение паритетности (паритет — принцип равного представительства сторон) — должен проявляться в ходе всего процесса общения. Общим принципом использования этикетных средств в любой сфере общественной жизни остается принцип вежливости. Словесные формулы в этикете часто используются в сопровождении жестов, мимики, телодвижений. Жест, мимика и вербальный ряд в этикетных жестах неотделимы: они имеют единое значение. «Здравствуй!» на ходу и «здравствуйте», сказанное с улыбкой, сопровождаемое легким кивком головы, — знак доброжелательности и демонстрация симпатии. Помимо принципа вежливости, другим принципом использования этикетных формул является принцип соответствия речевой ситуации. В этом случае определяющим при выборе этикетных формул является обстановка общения (официальная и неофициальная) и фактор адресата (учет социального статуса, личных заслуг, возраста, пола собеседника, степени знакомства собеседников). В официальной обстановке повседневного общения принято выбирать универсальные этикетные формулы. При этом просьба, приглашение, сформулированные в форме вопроса, используются для подчеркивания уважительного отношения к собеседнику: Не можете ли Вы ...? Могу я Вас попросить ... Вас не затруднит ...? Не хотите ли Вы взглянуть ...? Не согласитесь ли Вы ...? Обстановка официальности предъявляет требования повышенной вежливости к партнеру по общению, какое бы положение он не занимал. Средствами этикета подчеркивается и дистанция официального общения. Это связано с выбором «Вы-общения». Независимо от социального статуса, пола, возраста собеседника выбирается «Вы-общение», которое предполагает не только обращение к собеседнику по имени и отчеству, но и определяет выбор темы обсуждения, тональность общения, выбор языковых средств общения. Официальная обстановка требует двустороннего «Вы-общения» в любой социальной и возрастной группе. Грубым нарушением этикета является одностороннее «тыканье». В русском обществе принята трехмерная система называния людей: фамилия, имя, отчество. Эта система именования уникальна. Она сформировалась еще в средние века под влиянием Византии и сейчас сохранилась только в русской

культуре. Этикет предписывает в официальных документах, а также в устных официальных сообщениях обязательно указывать фамилию, имя, отчество любого гражданина. Это касается не только обращения, но и упоминания, именованья в официальных условиях. Не Владимир Путин, а Владимир Владимирович Путин. «Вы-общение» предполагает и строгий отбор тем обсуждения. Деловое общение в этом случае не выходит за рамки тем, обозначенных в повестке дня или предусмотренных регламентом. Нейтральные темы («Спорт», «Погода») могут присутствовать в качестве вкраплений в деловой беседе. Как и юмор, они выполняют функцию разрядки. Это особенно актуально, если переговоры, например, затягиваются. Иногда подобные переключения тем указывают на особую близость, доверительность партнерских отношений. Очень большое значение в общении имеет тональность. Общая тональность в зависимости от сферы общения может быть строго официальной, нейтральной, фамильярно-дружеской. Тональность складывается из стилистики речи, манеры поведения. Для современного официально-делового общения начальственный тон становится малоприспособленным, устаревшим. Императивность уступает место сотрудничеству. Поэтому основным тоном при строго официальном общении будет спокойный, ровный, сдержанный тон, при менее строгих официальных отношениях — спокойный, приветливый, доброжелательный. Неумение выбрать правильный тон общения ведет к коммуникативной неудаче. Одна из важнейших функций этикета — снятие агрессии. Эта функция реализуется в правильном выборе тона общения, прежде всего в отсутствии категоричных оценок. Чем вежливее говорящий, тем менее категоричны его высказывания. Это не отнимает возможности судить о предмете самостоятельно. Вместо: «Это чушь», «Этого не может быть» — правильное использовать: «Мне кажется это не вполне убедительным», «Боюсь, что не могу согласиться с Вами», «Едва ли это возможно» и т. п. Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя непринужденно, уверенно, не испытывать неловкости из-за промахов и неправильных действий. Важно, что следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учреждения, предприятия оставляет благоприятное впечатление, поддерживает положительную репутацию.

Итак, речевой этикет — это совокупность всех этикетных речевых средств и правила их использования в тех или иных ситуациях. Менеджеру необходимо знать, как служебный, так и светский этикет, потому что деловое общение не ограничивается условиями официального, офисного общения.

Общим принципом использования этикетных средств в любой сфере человеческой жизни остается принцип вежливости. Приветствие — один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливается контакт общающихся, выражаются отношения между людьми. Одна из важнейших функций этикета – снятие агрессии. Она реализуется в правильном выборе тона общения, прежде всего в отсутствии категоричных оценок. Нужно помнить о том, что, чем вежливее говорящий, тем менее категоричны его высказывания.

Этикет — явление национальное. То, что считается вежливым у одного народа, может быть истолковано как жест невежливого отношения к собеседнику у другого. Различны у представителей разных народов и формы приветствия. Принципы использования этикетных формул, помимо универсального принципа вежливости, — это принцип соответствия речевой ситуации. Обстановка общения (официальная, неофициальная) и фактор адресата (социальный статус, личные заслуги, возраст, пол, степень знакомства) являются определяющими при выборе этикетных формул. В официальной обстановке делового общения принято выбирать универсальные этикетные формулы (Таблица 5).

Таблица 5 — Обстановка общения и этикетные формулы. Ты- и Вы-общение

Приветствие	Добрый день (утро, вечер)! Здравствуйте!
Прощание	До свидания! Всего доброго! Всего хорошего! До встречи! (если назначена встреча) Позвольте попрощаться! Счастливого пути (отъезжающему)
Благодарность	Спасибо! Очень признателен Вам! Благодарю! Большое спасибо! Сердечно благодарю (благодарен)! Разрешите поблагодарить Вас!
Просьба	Будьте добры ... Будьте любезны ... Прошу Вас...
Извинение	Приношу свои извинения ... Извините, пожалуйста ... Прошу меня простить ... Простите, пожалуйста ...
Предложение	Позвольте предложить ... Мне хочется предложить Вам ... ... Я хотел бы предложить Вам ...
Приглашение	Разрешите пригласить Вас на... Я приглашаю Вас на ... От имени ... приглашаю Вас на ...

Средствами этикета подчеркивается дистанция официального общения. Это связано с выбором Вы-обращения. Независимо от социального статуса, пола и возраста собеседника выбирается Вы-обращение, которое предполагает не только обращение к собеседнику по имени-отчеству, но и определяет выбор темы обсуждения, дистанцию общения, тональность, лексический от-

бор. Официальная обстановка требует двустороннего Вы-общения в любой социальной и возрастной группе.

В русском обществе принята трехименная система названия людей: фамилия, имя, отчество. Это касается не только обращения, но и упоминания в официальных условиях. Полное обращение может сочетаться только с обращением на Вы. Любое обращение, с помощью которого мы обозначаем адресата речи, — это обращение-индекс: водитель, доктор, кондуктор, профессор и т. д. Такие обращения широко используются в деловой речи. При необходимости обратиться к человеку по званию, должности, роду занятий мы используем обращения-индексы и в повседневной речи:

- Доктор, выпишите, пожалуйста, рецепт!
- Водитель, остановите машину у перекрестка, пожалуйста!
- Уважаемые покупатели! Для вашего удобства в нашем магазине работает камера хранения.

Сложнее обстоят дела с общеупотребительным обращением. Сегодня официальное обращение *господа, дамы и господа* переживает второе рождение. Оно все активнее входит в деловое общение. Употребляя его нужно помнить следующее. Во-первых, в форме единственного числа обращение «господин» не употребляется самостоятельно, а только с фамилией, званием или должностью: *Господин Онучин, господин губернатор, господин председатель, господин профессор*. Во-вторых, обращение «господин» или «дамы и господа» — это обращение равного к равным. Иногда оно сочетается с индексными обращениями при условии однородности аудитории: *господа банкиры, господа предприниматели*. В-третьих, поскольку обращение еще сохраняет как старое лексическое значение, так социально-политический до-революционный оттенок («хозяин своего положения»), оно не должно употребляться по отношению к малоимущим, безработным и другим социально незащищенным слоям населения. Сегодня появляются попытки выработать новые официальные обращения, объединяющие представителей всей партий и сословий: *сограждане, соотечественники, россияне*. Они используются только в форме множественного числа при обращении к публике. А вот при необходимости обратиться к человеку в очереди, в автобусе, в мастерской часто возникают затруднения. Совершенно недопустимыми являются обращения «мужчина – женщина». При затруднении в выборе обращения можно использовать описательные, не прямые обращения: *простите, не затруднит ли вас..., извините..., будьте любезны ...*

Ситуация знакомства — это ситуация настолько штатная в деловом общении, что речевое общение, как правило, доводится до автоматизма. Зна-

комство может осуществляться без посредника и при помощи посредника, когда людей знакомит кто-то третий. Если знакомство осуществляется без посредника, инициатором знакомства в первой реплике называется та организация, которую он представляет, и цели, которые преследуются установлением данного контакта. Лучше, если в этом случае представляющийся начинает свою реплику с извинения:

— Простите, я хотел бы с вами познакомиться! Фирма «Акцент». Мы хотели бы пригласить Вас на нашу выставку, для того чтобы завязать контакты на будущее. Вот моя визитка. Меня зовут Дмитрий Шипов. Я директор фирмы.

– Очень приятно.

Деловые люди сегодня при знакомстве часто обмениваются визитными карточками. Это удобно и экономит время, поэтому в случае, если вы вручите визитную карточку, необязательно называть имя и отчество, можно только фамилию. Другое дело, если вы представляетесь, не имея при себе визитной карточки. Тогда вы называете полностью имя, отчество, фамилию и контактный телефон после названия или представления своей фирмы:

— Фирма «...», оптовая продажа ..., мне хотелось бы с Вами познакомиться. Мы заинтересованы в создании широкой дилерской сети в вашем регионе. Я менеджер по продажам Иванов Пётр Михайлович. У меня, к сожалению, нет с собой визитки, поэтому я напишу свой телефон и фамилию от руки.

Если мы выступаем в качестве посредника, представляя кого-либо из своих знакомых, нужно помнить, что существует ряд правил представления. Первым представляют «низшего» «высшему». С точки зрения русского этикета, низшим будет младший по возрасту, социальному статусу собеседник. Низшим будет и мужчина по отношению к женщине при равенстве позиций.

Первенство старших по отношению к младшим и женщин по отношению к мужчинам принято у очень многих народов. Однако порядок учета и расположения по степени важности этих признаков различен в разных странах. В Англии — социальный статус (материальное состояние, титул), пол, возраст. Во Франции — социальный статус (социальное положение, материальное состояние) и пол обладают одинаково важными признаками при выборе этикетного знака. В России — социальный статус (социальное положение, личные заслуги), возраст, пол. Это означает, что пожилому мужчине или мужчине, занимающему высокое социальное положение, представляют тех, кто младше и ниже по положению, пожилой женщине — молодую. Пол в

русском речевом служебном этикете не обладает индексным значением при выборе этикетных формул и даже форм:

Директор компании «...» Смирнова Татьяна Ивановна  
Менеджер Михайлова Оксана Емельяновна  
Эксперт-аналитик Соколова Мария Эдуардовна

Знакомство с помощью посредника имеет свои преимущества: посредник может не только представить, но и охарактеризовать сотрудника, дать ему рекомендации с учетом целей установления контакта. Кроме фамилии (имени-отчества) в этой ситуации называют должность, организацию, которую представляет человек, ученую степень (если есть), звание (если есть). Например:

— Позвольте представить Вам нашего научного сотрудника — специалиста по ... исследованиям Савельеву Светлану Игоревну.  
— Рад познакомиться.

При знакомстве в деловой обстановке бывает необходимо дать рекомендацию тому или иному сотруднику для участия его в том или ином проекте, деле.

— Дмитрий Александрович Денисов, начальник отдела ... нашего вуза, пунктуален, ответственен, начатое дело всегда доводит до конца. На него можете положиться. Он будет контролировать ход выполнения договора.

В практике взаимоотношений есть «золотое правило»: заботься о своих клиентах и сотрудниках, а рынок позаботится о тебе». Трудно приобрести хорошую репутацию, на это уходят годы, а утратить её можно мгновенно, и зачастую из-за пустяка. Для репутации важно все – и культура речи, и манера, и одежда и др. Психология делового человека запрограммирована на партнера по общению, который вызывает доверие по тому, как он одет, причесан, пунктуален ли он и др. Затем уже оцениваются другие параметры – верность своим обязательствам, честность, квалификация, умение вести переговоры и т. д. Следовательно, первое, что необходимо делать – проводить мероприятия по воспитанию и самовоспитанию делового человека, которому необходимо как следует усвоить кодекс поведения, принятый для хорошо воспитанных людей во всех странах

*Вопросы для самоконтроля*

1. Каков общий принцип использования этикетных средств?
2. Чем отличается Вы-общение от Ты-общения?

3. В чем специфика сложившейся в русском речевом этикете системы обращений?

4. Чем отличается знакомство в деловой сфере общения от знакомства в личной сфере общения?

5. Что понимается под терминами «этика» и «этикет», «служебный этикет»?

6. Назовите основные правила кодекса поведения и дайте краткую их характеристику.

7. Охарактеризуйте основные правила этики телефонного общения.

#### *Список литературы*

1. Скаженик Е. Н. Деловое общение. – Таганрог : Изд-во ТРТУ. – 180 с.

2. Скибицкий Э. Г., Скибицкая И. Ю. Основы делового общения : учебное пособие. – Новосибирск : НГАСУ, 2008. – 388 с.

3. Егоров В. П. Этика деловых отношений : учебное пособие. – М. : Юридический институт МИИТа, 2016. – 142 с.

## **2.4 Манипуляции в общении**

Манипуляции — скрытое управление поведением человека, совершаемое ради какой-либо выгоды того, кто управляет. Человека, который в своих интересах управляет поведением другого помимо его воли, называют манипулятором.

В деловом общении очень важно уметь распознать психологическую позицию партнера и занять такую, которая обеспечит конструктивное решение вопроса. Конечно, в жизни встречаются ситуации, когда по каким-то причинам приходится скрывать свою цель и мы вынуждены искать обходные пути. Допуская возможность разовой манипуляции, игры, цель которой – избежать затруднительного положения, американский психолог Э. Шостром резко осуждает манипулирование как основной стиль общения. Постоянное манипулирование опасно тем, что приводит к разрушению личности человека, основные душевные силы которого направлены на управление другими. А объекту манипулирования его положение невыносимо из-за чувства подавления личности, роли игрушки в чьих-то руках. По мнению Э. Шострома, существуют различные виды манипуляторов:

– активные манипуляторы (эти люди не в силах положиться на себя, им лучше сделать ответственным за все другого человека, того, кем можно управлять и кого можно контролировать; некоторые манипуляторы, желая

или не находя любви окружающих, пытаются добиться власти над другими людьми силой хитрого ума);

– пассивные манипуляторы (некоторые люди настолько боятся заслужить чье-то неодобрение, что стараются угодить всем, или же когда им не хватает сил справиться с жизненными трудностями, человеку удобнее занять пассивную позицию «Делайте со мной, что хотите!»);

– соревнующиеся манипуляторы (такие люди воспринимают жизнь как постоянный турнир, а себе отводят роль бойца; для них важна постоянная битва, деловые партнеры рассматриваются как соперники или враги, реальные или потенциальные);

– безразличные манипуляторы (эти люди играют в безразличие и индифферентность; стараются уклониться от контактов).

Знание основных причин манипулирования и стратегической линии поведения манипуляторов позволяет не только распознавать их среди окружающих, но и предвидеть их поступки и, следовательно, избежать участи их жертв (Таблица 6).

Таблица 6

Способ манипуляции	Способ защиты
1. <b>Навязывание роли.</b> Угадав желания человека, манипулятор начинает навязывать роль Незаменимого Работника, Бескорыстной Сотрудницы, Всеми Обожаемого, Неотразимой и т.п. Например, «Верочка, мы все прекрасно знаем, что если вы этого не сделаете, это никто не сделает...»	<b>Отказ от роли</b> К примеру: «К сожалению, люди любят преувеличивать...»
2. <b>Вас делают другом.</b> Манипулятор доверительно рассказывает о себе, а затем обращается с какой-нибудь обременительной просьбой: «Я вижу, вы мне так сочувствуете... вот спасибо... я думаю, вы не откажетесь...»	Не проявлять дружеского участия в разговоре с малознакомым человеком, не замечать намеков
3. <b>Доброжелатель.</b> Чрезвычайно любезно и доброжелательно расспрашивает о личных делах, трудностях, затем обращается с просьбой, в которой после такого разговора трудно отказать	Не быть откровенным с человеком, которого вы не считаете другом, и не считать себя обязанным делать то, о чем просит участливый человек

<p><b>4. «Дружим против общего врага».</b> Манипулятор доверительно сообщает о том, как плохо высказался о вас руководитель или коллега. Он возбуждает неприязнь к «недоброжелателю», подталкивая в определенных действиях</p>	<p>Задайте себе вопрос: «С чего это вдруг он стал открывать мне глаза?»</p>
<p><b>5. Вас делают соратником по общему делу.</b> Например, посетитель доверительно, с расчетом на понимание и сочувствие, посвящает вас в свой замечательный проект реорганизации работы фирмы. И тут же просит именно его бумаги показать директору в первую очередь</p>	<p>Подумайте: «А мое ли это дело?» Не поддавайтесь пафосу собеседника, отдавайте себе отчет в том, насколько вы сами считаете этот проект первоочередным</p>
<p><b>6. Туманные намеки.</b> Манипулятор не высказывает прямо свою бестактную просьбу, а ходит вокруг да около</p>	<p>Прервать его высказывания вопросом: «Вы это о чем?»</p>
<p><b>7. Берет измором.</b> Манипулятор с обворожительной улыбкой снова и снова повторяет одну и ту же просьбу, выполнить которую вы не можете или не хотите</p>	<p><b>«Заезженная пластинка»</b> Каждый раз в ответ на просьбу следует повторять: «Рад бы вам пойти навстречу, но ничего не могу сделать»</p>

Можно выделить приемы, которыми пользуются недобросовестные работники, чтобы уклониться от выполнения задания или избежать ответственности:

- не закончив одного дела, напрашиваются на какое-либо другое;
- стараются доказать руководителю, что в задании не было указаний на то, что сейчас требуется;
- заявляют, что некоторое время назад начальник говорил совсем обратное;
- заявляют, что у них мало прав для выполнения этого задания;
- заявляют, что им «не помогают»; это дает возможность уклоняться от ответственности;
- доказывают, что поручаемое задание не входит в их обязанности и что этим должен заниматься кто-нибудь другой;
- стараются всегда быть обиженными – можно будет оправдаться тем, что в такой обстановке невозможно работать;
- заявляют, что поручаемая им работа им не по плечу («я не могу все знать», «я не профессор»);

– обвиняют начальника в том, что его никогда нельзя понять или с ним невозможно работать;

– берут задания без указания срока их выполнения; потом трудно будет обвинить их в срыве и невыполнении задания;

– используют выражения типа «первый раз слышу», «звонил, не дозволился», «заходил, но вас не было», «искал, но не нашел», «а мне никто не говорил», «а почему я?», «не слышал», «не знаю», «я ему сказал, но он не сделал» и т. д.

В деловых контактах с разными партнерами мы ведем себя по-разному. Американский психолог Эрик Берн разработал модель эго-состояний, в соответствии с которой каждый поступок человека продиктован логикой одного из трех состояний сознания: Родитель, Взрослый или Ребенок. Все три характеристики тесно связаны между собой и принадлежат каждому человеку. Без Родителя человек должен был бы каждый раз заново осваивать вековой опыт. Роль Взрослого позволяет трезво оценивать действительность, контролировать поведение и действия Родителя и Ребенка. Ребенок — источник многих радостей, положительных чувств, постоянного ощущения новизны и поиска. Отклонение в поведении человека появляется тогда, когда при взаимодействии с другими людьми одно из этих состояний доминирует. Распознавание эго-состояний осуществляется через анализ интонаций, поведения, выражения лица, жестов и положения тела, а также речевые клише, присущие конкретному типу ролей (Таблица 7).

Таблица 7 — Анализ интонаций при распознавании эго-состояний

Способ распознавания эго-состояний	Родитель	Ребенок	Взрослый
<b>Общее поведение</b>	1. Автоматически оценивающее, ироничное, порицающее, наказывающее, обвиняющее, ищущее виновного, приказное, авторитарное. 2. Доброе, ободряющее, озабоченное, сочувствующее, помогающее, сверхзаботливое	1. Не заботясь о реакции окружающих, игривое, любознательное, творческое, хитрое, злорадное, излучающее избыток энергии, мечтательное. 2. Ощущение стыда, чувство вины, осторожное, боязливое, требующее одобрения, впадающее в отчаяние, скромное, неуверенное, жалующееся, придерживающееся правил. 3. Протест против более сильных и авторитетных, капризное, своевольное, непослушное, агрессивное	Раскрепощенно, поделовому, объективно, внимательно, прислушиваясь к собеседнику, без эмоций, задавая открытые вопросы, задумываясь
<b>Типичная фраза</b>	1. «Ты должен», «Ты не должен», «Это тебе нельзя», «Как ты только можешь», «Сколько тебе говорить одно и то же!», «Я не позволю так с собой обращаться!», «Прекрати это сейчас же!». 2. «Не ломай себе голову!», «Не так плохо, как кажется», «Не вешай нос», «Тебе это не по силам», «Я могу вас понять», «Иди, я	1. «Я хочу», «Я бы очень хотел», «Прекрасно!», «Великолепно!», «Высший класс!», «Мне без разницы», «Так тебе и надо». 2. «Я не верю в свои силы» «Я не смогу это сделать», «Я боюсь», «Я попробую», «Я хотел только...», «Почему всегда я?». 3. «Я этого не хочу», «Оставьте меня в покое», «Проклятье!»	Все вопросы, начинающиеся со слов: Что? Когда? Где? Почему? Высказывания: возможно, вероятно, по моему мнению, я думаю, я полагаю, по моему опыту, др. все, что допускает возможность дискуссии

	сделаю за тебя»		
--	-----------------	--	--

*Продолжение таблицы 7*

<b>Интонация, манера говорить</b>	1. Громко или тихо, твердо, высокомерно, насмехаясь, цинично, саркастически, с нажимом. 2. Тепло, успокаивающе, сочувственно	1. Громко, быстро, захлебываясь, печально. 2. Тихо, нерешительно, прерывающимся голосом, подавленно, нудно, жалуясь, покорно. 3. Гневно, громко, упрямо, угрюмо	Уверенно (без высокомерия), по-деловому (с личностной окраской), нейтрально, спокойно, без страстей и эмоций, ясно и четко
<b>Жест</b>	1. Поднятый вверх указательный палец, руки на бедрах, руки скрещены перед грудью, ноги широко расставлены. 2. Поглаживание по голове	1. Напряженный или расслабленный корпус, рассеянность. 2. Опущенные плечи, склоненная голова, стоит навывтяжку, пожимает плечами, кусает губы, напряжен, дружелюбен, мил. 3. Напряженность, угрожающая поза, упрямство, опущенная голова	Корпус прямой, его положение меняется в ходе беседы, верхняя часть туловища слегка наклонена вперед

Влияние — это воздействие на состояние мыслей, чувств и действий партнера, это процесс и результат изменения субъектом поведения другого субъекта. Личное влияние – сложный феномен, его можно рассматривать не только как процесс и результат (последний не всегда очевиден), но и как личностную характеристику человека, т. е. его способность воздействовать на других людей, изменяя их поведение, мотивы, взгляды и т. д.

У каждого человека свой коммуникативно-личностный потенциал влияния, однако должен существовать некий общий для всех людей потенциал личного влияния, обеспечивающий успех взаимодействия с другими людьми. Он включает в себя следующие свойства: легкость и навыки общения, адаптивность, уверенность, активную позицию во взаимодействии, понимание собеседника, социальный интеллект и др.

Безусловно, все они зависят от типа личности, темперамента ... Результат воздействия в определенной степени зависит от выбранных способов и стратегий взаимодействия. Если нужен сиюминутный результат, выбирается более напористый способ, и наоборот, при наличии времени для рассуждений, объяснений мы используем более мягкие тактики воздействия.

В зависимости от установки на взаимодействие различаются такие стратегии: доминирование, манипуляция, партнерство. В рамках этих стратегий используются различные тактики влияния:

- разумное убеждение;
- эмоциональное воздействие, воодушевление;
- просьба, обращение за консультацией;
- лесть, заискивание;
- воздействие через личные отношения («не в службу, а в дружбу»);
- коалиция (использование поддержки других);
- принуждение, давление (приказ, угроза, деструктивная критика, напоминание);
- внушение (суггестия);
- самопрезентация (создание имиджа надежного, компетентного, привлекательного человека);
- пробуждение импульса к подражанию;
- обращение к авторитету;
- формирование аттракции (благосклонного отношения);
- соревнование и т. д.

Любая тактика может оказаться неэффективной, если она не соответствует ситуации или используется неумело. Если вы хотите повлиять на коллегу по работе, то лучше использовать просьбу, консультацию, воздействие через личные отношения. По отношению к подчиненным можно иногда ис-

пользовать лесть, иногда давление, иногда – воодушевление. При попытке воздействовать на начальника лучше сначала попробовать разумное убеждение; лесть и заискивание здесь будут неэффективными.

Отдельного разговора заслуживает такая стратегия взаимодействия, как манипуляция. Это сложное, опосредованное давление на партнера по общению, которое можно сравнить с провокацией, обманом, интригой. Манипуляция используется для достижения одностороннего выигрыша. При манипуляторном общении к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей.

Партнер превращается в совокупность функциональных качеств, необходимых при достижении этих целей. Манипуляция является скрытым (тайным) управлением собеседником против его воли. В деловом общении манипуляция может быть обычным явлением. Руководитель вместо силового воздействия может управлять подчиненным незаметно, создавая у того иллюзию полной самостоятельности и свободы. Нередко и подчиненные незаметно управляют своими начальниками.

Если в процессе диалога мы наблюдаем со стороны партнёра стремление овладеть волей, поставить нас в зависимое, подчиненное положение, черпая зависимость в слабостях, страхах, желаниях (денег, власти, славы, признания, любви и т. п.); использование любого значимого мотива переживания из-за полноты, невысокого роста, лысины, болезни; проявление гордости за свое происхождение, любопытства, интереса к хобби и т. п., а также лицемерия, обмана, интриги (заискивание, стремление угодить, прилипчивость (при этом у партнера создается ощущение неловкости: «что-то здесь не то», «что-то он не договаривает») для проникновения в психическую сферу адресата, то такое поведение партнёра мы можем охарактеризовать как манипуляторное.

Для психологического давления используются приемы: перехват инициативы, подзадоривание, преувеличенная демонстрация собственной слабости, неопытности, неосведомленности, даже глупости, сокращение времени для принятия решения, призыв к отъединению от других людей («количество мест ограничено»), намек на широкие связи и возможности, имитация принятия решения самим партнером, повышение его собственной значимости, комплимент и т. п. Ответственность за все происходящее перекладывается на жертву манипуляции. Выбор позиций, т. е. способа поведения и правил игры, обычно закрепляется первыми фразами партнеров. При этом нередко присутствует элемент психологической борьбы. В случаях манипулирования психологическая борьба за выгодное распределение позиций присутствует всегда. Окружающим она может быть не всегда заметна. Манипулятор обычно экс-

плуатирует наше желание выглядеть хорошо или быть хорошим, поэтому не нужно бояться показаться плохим: «Боюсь, ты сильно преувеличиваешь мои достоинства» (щедрость, возможности, способности) — эти слова могут снять с нас всякие обязательства и открыть неограниченный простор для импровизаций.

Рассмотрим некоторые типы манипуляций.

«Нога в дверях». Агент влияния просит вначале о небольшой услуге, а когда достигает успеха, — просит о большей. Люди, согласившись оказать малую услугу, со временем могут оказать и большую. Эта манипуляция успешно применяется многими деловыми и благотворительными организациями. Стратегия торговцев заключается в том, чтобы вынудить человека сделать крупную покупку после приобретения чего-то незначительного. Целью мелкой сделки является не прибыль, но публичное обязательство. Ожидается, что оно естественным образом повлечет за собой другие покупки, более крупные.

«Низкий мяч» (техника заманивания). Вначале идет преднамеренное занижение цены, а после того, как клиент заинтересовался, сообщают, что обстоятельства изменились и цена, оказывается, другая. Люди же стараются быть последовательными (при этом они уже испытывают удовлетворение от сделанного выбора) и не очень расстраиваются, оплачивая непредвиденную разницу в цене.

«Дверь в лицо». Вначале агент влияния просит об очень большом одолжении, в котором объект обычно отказывается, после чего следует просьба о меньшем одолжении, на которое объект, как правило, соглашается. Например, сын – родителям: «Купите мне музыкальный центр!». После отказа просит: «Ну тогда дайте хотя бы на билет на концерт группы «Скутер»».

«Слабо?». Данная манипуляция использует нежелание человека показаться нерешительным, боящимся риска. Поскольку решительность, склонность к риску – это мужские качества, то и разыгрывается манипуляция преимущественно в чисто мужских коллективах, в армии, например. Этой манипуляцией можно подтолкнуть человека на действие, которое тот не собирался совершать.

«Обезьяна на шее». Подчиненный обращается к начальнику: «Вы поручили мне достать автокран. Они есть (там-то), но не с моим авторитетом к ним обращаться. Вот если бы Вы пару слов сказали — я могу набрать их начальника». Польщенный шеф соглашается. Но чаще всего одним звонком дело не решается: то нужного человека нет, то выдвинуты встречные условия. На следующий день подчиненный заглядывает в кабинет с видом полной покорности и просящим тоном интересуется: «Ну, как, не решились?». Занятый

текучкой руководитель машет на него: «Иди, работай, решу». Через некоторое время подчиненный снова интересуется, решен ли вопрос. Получилось, что роли их поменялись, что исполнителем стал руководитель, а контролирующим — подчиненный. Подыграв самолюбию начальника, подчиненный спровоцировал его на покровительственную позицию, которая в данном случае означает выполнение за подчиненного его работы. На управленческом жаргоне поручение, висящее на исполнителе, называется «обезьяна на шее». Можно сказать, что в описанном случае «обезьяна» перескочила на шею начальника.

«Меня рвут на части». Сотрудник охотно берет на себя много поручений, в том числе и общественных, но, когда от него пытаются получить какой-то конкретный результат — ссылается на перегруженность, перечисляя все, что на него «навалено». Это могут быть чрезвычайно энергичные люди, для которых процесс бурной деятельности важнее результата.

«Казанская сирота». Манипулятор держится подальше от руководства, чтобы сослаться на то, что им не руководили, никто ему не помогает, никто его слушать не хочет и т. д.

«Дитя на работе». Эту манипуляцию разыгрывают некоторые работники, прикидываясь бестолковыми. Про таких говорят: быстрее самому сделать, чем ему что-то объяснить, да еще и переделывать придется. Типичные высказывания манипуляторов этого толка: «Я не профессор», «Я слабая женщина, что вы хотите», «Мы академий не кончали». Выгодно слыть слабым или больным и вызывать сочувствие.

Уже отмечалось, что в основе манипуляции всегда лежит использование слабостей собеседника. Людям не свойственно демонстрировать свои слабые стороны (нерешительность, жадность, любопытство и т. д.). Наоборот, каждый стремится выглядеть достойно, быть великодушным, оказывать покровительство, ощущать свое превосходство, значимость, хорошо выглядеть, производить положительное впечатление, получать похвалу и т. д.

Искусно проделанную манипуляцию сразу распознать очень трудно. Если возникает чувство, что мы поступаем вопреки своей воле и вразрез со своими правилами, что партнер чего-то недоговаривает и т. д., то, скорее всего, нужно приступить к защите от манипуляторного воздействия. При общении с манипулятором должны преобладать:

- логика активно-выжидательной позиции (чтобы выиграть время и получить подтверждение своим предположениям, задавайте уточняющие вопросы);
- чувство такта и самообладание;
- вера в свои силы;

– намерение прервать навязываемый сценарий и предложить свой, не соответствующий ожиданиям оппонента.

Необходимо помнить, что всегда есть «аварийный» выход из ситуации. Можно прервать контакт под благовидным предлогом, вернувшись к нему при первом подходящем случае (когда вы будете достаточно готовы и сильны для противостояния).

Способы пассивной защиты рекомендуется применить в том случае, если мы не знаем, что делать и как ответить манипулятору. В такой ситуации нежелательно что-либо говорить. Лучше сделать вид, что не расслышали, не поняли или спросить о чем-то другом.

Опыт по применению приёмов активной защиты показывает, что в большинстве случаев манипулятор отступает уже перед пассивной защитой, т. к. манипуляции характеризуются своей стремительностью, неожиданностью для того, чтобы у адресата не оказалось времени сообразить о том, как выйти из положения. Повторение просьбы дает время для ответа и выявляет истинный интерес манипулятора, таким образом сбивает заготовленное им распределение ролей. Активную защиту необходимо применить не тогда, когда объект манипуляции находится в зависимости (служебной, материальной и т. д.) от манипулятора, т. к. активная защита является встречным конфликтогеном, не уступающим, а то и превосходящим по силе действие манипулятора. По закону эскалации конфликтогенов последний ответит конфликтогеном еще более сильным, что в итоге приведет к открытому конфликту, в чем зависимая сторона вовсе не заинтересована. Кроме случаев прямой зависимости, есть еще и моральные факторы, происходящие от воспитанности, привычки соблюдать определенные этические нормы, которые удерживают от всякого высказывания, могущего обидеть собеседника. Понятно, что воспитанному человеку трудней решиться на активные методы защиты от манипуляций.

Приведем несколько примеров активной защиты от манипуляций:

На манипуляцию «Обезьяна на шее» руководитель может согласиться, что ему это, возможно, будет и проще, но у него нет на это времени.

Манипулятору типа «Дитя на работе» неплохо указать, что его неспособность выполнять должностные обязанности влечет за собой заключение руководства о неспособности занимать ту или иную должность.

Манипуляция «Меня рвут на части» может блокироваться вопросом: «Какое дело мы довели до конца и где результат?».

Возникает вопрос о том, почему жертва манипуляции нередко не находит ответа в процессе общения с партнёром. Транзактный анализ даёт ответ на этот вопрос: это связано с распределением позиций, которые задаются ма-

нипулятором так, чтобы максимально затруднить адресату выбор правильной позиции. На этом этапе психологической борьбы манипулятор имеет значительные преимущества — подготовка и внезапность. Даже если мы, являясь потенциальной жертвой манипуляции, просто сделаем паузу или «не услышим» вопроса, используя приём пассивной защиты, мы сэкономим время для достойного выхода из ситуации.

Ведущим же фактором в сопротивлении внешнему давлению и манипулированию выступает личностный потенциал, личностная сила, которая представляет собой устойчивость к внешнему влиянию и одновременно силу воздействия на людей. Противостоять чужому влиянию можно с помощью своего личного влияния: используя тактику выжидания, предлагая сотрудничество, разрушая сценарий борьбы, разоблачая тайные намерения с помощью прямых или косвенных вопросов, контрманипуляции, прерывая беседу и т. п. Смысл контрманипуляции — сделать вид, что мы не понимаем, что нами пытаются манипулировать. Мы можем завершить беседу внезапным вопросом, показывающим манипулятору своё психологическое преимущество.

Взаимное влияние людей друг на друга — это постоянный спутник делового общения. Даже в тех случаях, когда люди лишь сообщают какую-либо информацию, они стараются повлиять на тех, кто эту информацию воспринимает. Каждое сообщение — это попытка повлиять на другого человека, его представления о происходящем, его мысли, чувства, намерения и действия. В деловом общении можно выделить организационное и личное влияние. Организационное влияние опирается на контракты, правила, инструкции, корпоративные нормы. Эффективность организационного влияния определяется степенью проработанности нормативных документов и четкой системой контроля над тем, чтобы эти правила соблюдались. Личное влияние опирается на авторитет коммуникатора, убедительность его аргументов, ораторское мастерство и артистизм. Эффективность личного влияния зависит от установившихся неформальных отношений и умения коммуникатора использовать психологические средства воздействия на другого человека. Поскольку личное влияние использует лишь психологические средства, его можно назвать психологическим влиянием. Психологическое влияние — это воздействие на мысли, чувства, намерения и действия другого человека своим видом, словом и делом. Противостояние чужому влиянию — это сопротивление воздействию другого человека своим видом, словом и делом.

Можно выделить три основные возможности психологического влияния: варварство, манипуляцию и цивилизованное влияние (Таблица 8).

Таблица 8 — Виды психологического влияния (Е. В. Сидоренко, 2010)

Название вида влияния	Описание вида влияния
Варварское влияние	Открытое, грубое и резкое воздействие на другого человека с целью заставить его действовать определенным образом. Часто совершается под влиянием собственных эмоций: напряжения, стресса и т. п. («нервный варвар»)
Манипуляция	Скрытое воздействие на эмоции другого человека для того, чтобы под влиянием эмоций он сам выбрал «нужное» направление действий
Цивилизованное влияние	Открытое и уважительное воздействие на другого человека с помощью сообщений, предложений, вопросов и аргументов с целью совместной выработки оптимального направления действий

Варварское влияние выражается в давлении, принуждении, нападении на другого человека. Основными средствами воздействия являются приказы, угрозы, обвинения, оскорбления. Частым средством давления являются заявления о том, что собеседник будет лишен наград, привилегий, прав, полномочий, ресурсов, должности и т. п. Причиной подчинения в этих случаях чаще всего является страх. На первый взгляд может показаться, что варварские методы влияния могут применять только те люди, которые обладают правом лишать других людей преимуществ, отнимать у них какие-то блага, однако это не так. Элемент варварства может выражаться в оскорбительных замечаниях, непрошенных советах, пренебрежительном обращении со стороны тех, кто не может раздавать преимущества или лишать их. Грубость — это всеобщая возможность, которой охотно пользуются не только вышестоящие лица, но и подчинённые. Варварскими могут быть противоположные по смыслу высказывания. Например:

- Вы ничего не понимаете, поэтому делаете не то, что нужно.
- Вам не нужно ничего понимать, делайте, что Вам сказали.

Отличительная особенность варварского влияния — отсутствие уважения к другому человеку в своих высказываниях и действиях, а также его мнению, аргументам, правам.

Манипуляторное влияние — это скрытое воздействие на другого человека. Отличительные черты манипуляции:

- осознанность партнёром-манипулятором своих воздействий;
- неочевидность целей партнёра-манипулятора;
- незаметность «механики» действий партнёра-манипулятора;

– принятие собеседником на себя ответственности за свои эмоции, мысли, намерения и действия.

Цель партнёра-манипулятора очень часто не совпадает с той целью, которая им открыто заявляется. Например, партнёр может утверждать, что беспокоится о покое или успехе другого человека, а в действительности добивается полезных для себя действий и даёт рекомендацию:

— Не стоит тебе выступать на совете директоров, это может тебе навредить!

Может показаться, что манипулятор стремится оградить своего коллегу от неприятностей, однако в действительности он добивается того, чтобы коллега выступил на совете директоров и потерпел неудачу. Манипулятор достигает своей цели тем, что он задевает важную для его коллеги «струну» — стремление к свободе и независимости.

В другом примере руководитель вечером в пятницу не хочет сам заниматься проверкой системы, но при этом старается избегать давления. Он использует намек:

— Наверное, мне нужно будет съездить на объект, проверить, отключили ли сотрудники систему правильно.

Руководитель, проявляя заботу о безопасности рабочей среды, в действительности задевает «струну» безопасности (страха) у своего заместителя. Понимая, что в случае неправильной работы системы он окажется ответственным за это, мысль — отправиться на объект первым — побуждает заместителя, опережая своего руководителя.

Опытный манипулятор виртуозно играет на «струнах» чужой души, то есть умело задевает значимые для человека потребности и ценности. Сила манипулятора в его способности вызывать определенные чувства и эмоции, касаясь правильных «струн» или «клапанов». О такой игре на эмоциях другого человека, как на музыкальном инструменте, можно прочитать в пьесах Шекспира.

Гамлет:

— Не сыграете ли вы на этой дудке?

Гильденстерн:

— Мой принц, я не умею.

Гамлет:

— Я вас прошу.

Гильденстерн:

— Поверьте мне, я не умею.

Гамлет: На мне вы готовы играть... По-вашему, на мне легче играть, чем на дудке?

(Уильям Шекспир. Гамлет)

Помимо «злостной» манипуляции, можно выделить манипуляцию «по договоренности». По негласному уговору люди согласны, чтобы у них вызвали эмоции радости, гордости, воодушевления, интереса, азарта и т. п. Люди желают испытывать эти эмоции. Если воздействие на чужие эмоции способствует взаимному выигрышу участников, то речь идет о манипуляции «по договоренности». Р. Гоффи и Г. Джонс в своей книге «Почему люди должны следовать за вами?» описали желательные для сотрудников эмоции и чувства (Таблица 9).

Таблица 9 — Допустимая манипуляция: чего хотят последователи?  
(Р. Гоффи, Г. Джонс, 2008)

Желательная эмоция и чувство	Описание
1. Подлинность	Последователи хотят чувствовать в своем лидере человека, личность, поэтому лучшие из лидеров поднимаются в глазах своих последователей благодаря умению быть собой
2. Значимость	Последователи хотят, чтобы их заслуги были признаны
3. Волнение	Люди хотят испытывать волнение, желают, чтобы их заразили страстью, энтузиазмом
4. Общность	Последователи хотят принадлежать сообществу, хотят общения, отношений и солидарности

Руководитель или один из членов команды может вызывать воодушевление у коллег, что повышает их работоспособность. В результате растет производительность команды, и от этого выигрывают все ее участники. Многие правила вежливости тоже являются манипуляцией по договоренности. Если сначала объявить собеседнику, что вы собираетесь сделать во имя вежливости, то все ваши действия окажутся неэффективными.

— Сейчас я повернусь к вам углом 45–90°, буду поддерживать открытую позу, смотреть на вас, но при этом раз в 3–5 секунд отводить взгляд или моргать (чтобы избежать «взгляда удава»), буду улыбаться, обращаться к вам по имени, говорить с доброжелательной интонацией. Очень скоро вы почувствуете, как между нами налаживается благоприятный психологический контакт! А потом я еще скажу вам что-то приятное о вас лично, и благоприятное впечатление усилится!

Все эти действия производятся вежливым человеком без предварительного объявления о них. Следовательно, проявления вежливости можно счи-

тать скрытым влиянием на эмоции другого человека, то есть, строго говоря, манипуляцией. Правильнее было бы называть такую манипуляцию «по договоренности» психологически корректным эмоциональным воздействием. Сам воздействующий должен принимать решение о том, является ли его манипуляция допустимым и оправданным эмоциональным воздействием или «злостной» манипуляцией, которую он совершает ради собственных интересов и в ущерб интересам другого человека. Это всегда собственное решение, собственный моральный выбор, за который ответственность несет сам воздействующий.

Цивилизованное влияние должно отвечать трем критериям: оно способствует сохранению и развитию дела, деловых отношений и самоуважения участников. Поскольку люди хотят испытывать благоприятные эмоции, цивилизованное влияние не должно быть исключительно сухим и рассудочным. Методами воздействия в цивилизованном влиянии могут быть как рациональные, так и эмоциональные средства (в пределах допустимой манипуляции).

Использование эмоциональных средств выражается прежде всего в том, что влиятельный человек одним своим появлением делает людей немного счастливее. Возможно, в список тех эмоций, которые хотят испытывать последователи, следовало бы включить помимо подлинности, значимости, волнения и общности еще одно эмоциональное состояние — уверенность. влиятельный человек своим появлением должен вселять уверенность. Влиятелен тот, кто знает, чувствует, предвидит правильное направление действий. Однако собственной убежденности недостаточно: необходимо убедить и других. Одних людей убеждают слова, других — образные сравнения или числовые показатели и графики. Множество людей убеждаются только после того, как сами попробуют продукт или сами попробуют ответить на интересующий их вопрос или применить предлагаемую модель действий. Многое зависит от привычных для каждого человека способов восприятия и мышления, и поэтому необходимо использовать разнообразные средства воздействия. Для повышения убедительности сообщений полезно использовать модель СОЧИ, включающую четыре способа воздействия: слова, образы, числа, интеракции (Таблица 10).

Таблица 10 — Четыре фактора убеждения: модель СОЧИ (Е. В. Сидоренко, 2017)

1. Слово	Содержание речи направлено на интересы слушателей; речь четкая, громкая, краткая и правильная
----------	---

2. Образ	Выступление включает образы, яркие примеры, истории из жизни, «рассказ в лицах», «язык тела», рисунки, музыку, иллюстрирующие выступление предметы и т. п.
3. Число	Выступление иллюстрируется графиками, диаграммами, краткими, но иллюстративными таблицами и др.
4. Интеракция	Поддерживается взаимодействие со слушателями с помощью вопросов и ответов, интересных заданий, демонстраций и др.

Препятствием для влияния могут быть разные формы сопротивления, обусловленные стремлением людей к свободе, независимости, психологической безопасности, поддержанию высокой самооценки и др. Причины и проявления сопротивления многообразны, но существуют и средства преобразования сопротивления в конструктивное взаимодействие (Е. В. Сидоренко, 2014).

Для того, чтобы свести к минимуму сопротивление влиянию, необходимо сделать так, чтобы человек влиял на самого себя. В связи с этим наиболее эффективным способом психологического влияния можно считать коучинг, недирективную беседу с помощью открытых вопросов, активного слушания, повторения высказываний собеседника с целью побудить его к выдвижению собственных идей и принятию собственных решений. Коуч создает условия, в которых человек проясняет для себя ситуацию, приходит к важным для себя открытиям, формулирует цель и находит средства для ее достижения. Таким образом, человек влияет на самого себя. Возможно, именно такое влияние является самым цивилизованным и эффективным.

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. Что такое «манипуляции в общении»?
2. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов?
3. Как противостоять манипуляциям в общении?
4. Назовите и охарактеризуйте манипуляторные роли по Эрику Берну.
5. Каким образом можно распознать эго-состояния родителя, взрослого, ребенка?
6. К каким приемам прибегают недобросовестные работники?

#### *Список литературы*

1. Скаженик Е. Н. Деловое общение. – Таганрог : Изд-во ТРТУ. – 180 с.
2. Скорцова В. Н. Профессиональная этика : учебное пособие. – Томск : Издательство ТПУ, 2006. – 180 с.
3. Деловое общение : учебное пособие / под ред. С. Д. Гуриевой. – СПб. : Скифия-принт, 2017. – 102 с. – ISBN 978-5-98620-248-8.

## 2.5 Руководство и лидерство. Управление коллективом

Дефиниция «управление» (англ. control управлять, руководить; management управление, руководство) в литературе трактуется как элемент, функция организованных систем различной природы, обеспечивающая сохранение их определенной структуры, поддержание режима деятельности, реализацию их программ и целей; процесс целенаправленного воздействия на объект, осуществляемого для организации его функционирования по заданной программе; совокупность действий, осуществляемых человеком, группой людей или автоматическим устройством. Управление как система предполагает наличие подсистем: организации отношений и ее элементов; режима ее функционирования в виде совокупности определенных механизмов, действующих под определенным контролем согласно определенным нормам; развития по известной программе в направлении какой-либо цели. Оно включает *шесть блоков*: информационный, анализ, принятие решения, контроль, коррекция и прогноз. Управление является всегда целенаправленным действием и цель его всегда прогнозируется. Управление имеет *три аспекта*: экономический, правовой и социально-психологический.

Социальное управление — воздействие на общество с целью его упорядочивания, сохранения качественной специфики, совершенствования и развития. Управлению с необходимостью подвержены и социальные поведение людей, и социальные отношения в целом. Каждое общество всегда предъявляет определенные требования к человеку, социальным коллективам. В основе управления лежит общение между людьми.

К наиболее эффективным способам управления инициативой в деловом общении относятся следующие:

- оперативность в организации изначального контакта с собеседником;
- интенсивность перехода от организационных процедур (приветствие, пожатие руки и т. п.) к деловому, личному общению;
- оперативность в достижении психологического единства с собеседником, формирование чувства «мы».
- постановка задач и вопросов, которые в начальный момент взаимодействия способны мобилизовать собеседника.
- обеспечение внешнего коммуникативного вида: опрятность, подтянутость, собранность, активность, доброжелательность, обаяние и др.
- реализация речевых и невербальных средств взаимодействия, активное включение мимики, умение транслировать собственную расположенность к собеседнику, дружелюбность.

Знание речевого этикета, основ логики, теории и практики аргументации, уловок, секретов и приемов общения; умение организовать общение, анализировать цели и задачи процесса общения, его смыслового поля (предмета) и повод; вести беседу, собеседование, деловой разговор, спор, дискуссию, диалог, деловое совещание, переговоры, торги и другие; доказывать, опровергать, критиковать, убеждать, достигать соглашений, компромиссов, делать оценки и предложения; правильно строить речь и другие публичные выступления; с помощью слова осуществлять психотерапию общения, снимать стресс и недоверие собеседника, корректировать его оценки, поведение и отношения к событиям и явлениям; анализировать конфликты различного вида, диагностировать их, направлять их развитие в нужное русло; использовать основы логики, теории и практики аргументации для ведения делового общения; противостоять нелояльным приемам общения; речевого этикета и умение им пользоваться; владение навыками и приемами делового общения, стратегией и тактикой их применения, техникой речи, риторическими фигурами и приемами — данные субкомпетенции формируют коммуникативную компетенцию.

Этот перечень знаний, умений и навыков можно рассматривать почти как синоним способности к управлению процессом общения. Каждый из элементов этого перечня является необходимым условием возможности управлять общением.

Деловой стиль общения ориентирован на положительный (конструктивный) результат. Он, как правило, складывается из оптимального комбинирования всех позиций участников обсуждения спорного положения. Общей задачей такого обсуждения является не проведение любой ценой своей собственной позиции исключительно по принципу того, что это своя собственная позиция. Целью обсуждения является выявление меры истинности и меры ложности каждого положения, вынесенного на обсуждение, причем и своего собственного. Деловой стиль исключает подавление чужой позиции, он чужд силовому давлению, угроз, шельмования, борьбы за выживание, он противоположен деструктивному решению проблемы, где целью и результатом являются подавление любого чужого мнения, подчинение, установление своего собственного диктата.

В зависимости от того или иного решения проблемы возникают совершенно разные представления о том, какой смысл вкладывается в понятие «деловое общение» или «деловой стиль общения». Принципиальное различие этих двух моделей, проистекающее из того или иного решения основного вопроса делового общения, дает их объективную и субъективную экспозицию.

Рассмотрим содержание методов делового стиля общения. Данный принцип предполагает, что главным в обсуждении должно быть именно отношение к проблеме, а не субъективные пристрастия, неприязнь к собеседнику, отрицательные эмоции, вызванные тем, что он «не такой». Реализация этого принципа связана с применением более частных методов: выявление проблемы в чистом виде; описание проблемы, таким образом, как она есть сама по себе, независимо от того, кто ее представляет, какая о ней идет молва, соответствует ли она «правилам хорошего тона» и т. п.; оценка проблемы исходя из объективных критериев, а не характеристик любого, в том числе и собственного интереса и намерения; разделение объективных оценок и субъективных целей и замыслов; проведение независимой экспертизы по всем аспектам всех позиций, в том числе и своей собственной; определение собственной позиции, исходя из того, что она характеризуется как выражение позиционного интереса, а не претензий на совершенную и абсолютную истину, субъективно понимаемую как право силы или силы права (принцип презумпции принципиального равенства позиций); формирование отношения к позиции оппонента исходя из принципиального равенства взглядов и права высказать свою точку зрения на обсуждаемый вопрос. Так, можно сформулировать практические правила делового стиля общения: поставить себя на место оппонента; формулировать цели делового общения в пределах досягаемости; предметом разногласий должно быть отношение к проблеме, а не к оппоненту; принципиальность должна основываться на принципах позиций. Принципиальность по форме — отношение к проблеме формируется через призму отношения к оппоненту. Рассмотрим методы и оценки, лежащие в основе такой позиции: спорное положение рассматривается под углом зрения ответа на вопрос: «Кому выгодно?», то есть проблема не выделяется в «чистом виде», а рассматривается как проявление намерений, корысти, интересов противоположных сторон; оценка спорного положения дается исходя из личного, субъективного, предвзятого интереса; принимается во внимание лишь позиционная экспертиза, все остальные экспертные оценки исключаются; собственная позиция определяется в соответствии с представлением о «позиционном интересе»; оценка позиции оппонента осуществляется на том же основании «позиционного интереса»: позиция оппонента не достойна правоты уже потому, что это позиция противника.

Принципы формальной принципиальности — это своеобразные принципы, в которых не признается личное мнение, исподволь основывающиеся на формальной принципиальности.

Первый принцип в неявной форме обычно формулируется, когда кого-либо обвиняют в неуступчивости: «Мне доверено решение данного вопроса,

я отвечаю за него, поэтому так непреклонен». В подобной ситуации решение вопроса связывается не с содержательными характеристиками проблемы, а со статусом, положением и ролью личности, представляющей эту проблему.

Второй принцип находит свое выражение в таких формулировках, как: «Вам-то легко рассуждать ...», «Вам легко соглашаться ...» и т. д. Под таким принципом скрывается императив (поведение, безусловное требование) делового общения, связанный с желанием, но невозможностью поставить себя на место партнера. Но при извиняющейся интонации, звучащей в данном принципе, он тверд и бескомпромиссен. Это принцип оправдания гибкости позиции.

Третий принцип воплощается в выражение: Главное — прокукарекать, а там хоть не рассветай. Результат такого общения — шумиха, ажиотаж, пафос, риторическое красноречие, а затем молчание относительно конкретного результата. Приведем примеры таких принципов:

Главное — это участие!  
Лозунг превыше дела!  
Надо чтобы тебя запомнили  
Все возражения пропускай мимо ушей  
Не бывает проблем без людей  
Есть человек — есть проблема, нет человека — нет и проблемы  
и др.

Моделями аргументации, которые в понятийной форме представляют собой деловое общение, репрезентируют его, выражают предмет обсуждения в соответствующих фреймах знания, являются игра и тренинг. В зависимости от характера игры акцент делается на тех или иных моментах. По своему характеру игры бывают разные.

Под деловой игрой понимается процесс выработки и принятия решений в условиях поэтапного многошагового уточнения необходимых факторов, анализа информации, дополнительно поступающей на отдельных шагах игры. Она позволяет более точно воспроизводить управленческую деятельность, выявлять проблемы и причины их появления, разрабатывать варианты решения проблемы, оценивать каждый из вариантов решения, определить механизм реализации. Деловые игры могут подразделяться на учебные и производственные. Первые применяются при обучении руководителей, специалистов и рабочих для развития у них навыков и умений по практическому использованию теоретических знаний при выполнении служебных обязанностей, то есть в своей профессиональной деятельности. Целью производственных игр является отработка системы управления предприятием, выработка организационного механизма внедрения новых методов хозяйствования, про-

гнозирования развития и т. п. Деловые игры могут быть исследовательскими. Они применяются для проверки гипотез, проектирования и разработки новых технологий.

Ролевая игра — игра, моделирующая чисто управленческую деятельность. Акцент в этих играх делается на выработке навыков управления людьми. Характерными особенностями игр этого вида является наличие управленческой системы, распределения ролей, их взаимодействие, формирование игрового коллектива.

Организационно-деятельностная игра используется для отработки навыков принятия решений по сложным социально-экономическим и социально-производственным проблемам. Она основывается на предъявлении игрокам исходной информации о состоянии социально-экономической системы. Эта информация, как правило, не является достаточной. Поэтому сначала участники игры пополняют информацию, систематизируют ее, а затем уже принимают управленческие решения. Основные черты организационно-деятельностной игры: моделируется деятельность специалиста по решению сложных комплексных проблем управления; распределение ролей является условным, и в процессе игры участники могут меняться ролями; используется коллективная мыслительная деятельность всего игрового коллектива; решения принимаются на вариативной основе.

К функционально-ролевым играм относятся: «Тактика аргументации»; «Моральный кодекс спора»; «Риторика»; «Аргументация (дискуссия, полемика, деловой разговор)»; «Переговоры».

Началом общения является обращение. Оно выражается в адресации к собеседнику по имени, отчеству, фамилии, должностному или профессиональному признаку. Это обычное выражение вежливости, оказание уважения человеку. Знакомство, беседа начинаются с обращения. Выбор формы обращения с позиций современного этикета зависит от нескольких условий. «Вы» — говорят незнакомым, малознакомым и уважаемым людям в официальной и неофициальной обстановке. В условиях официального общения принято обращение на «Вы», даже среди близких, хорошо знакомых людей. Начальнику не следует называть подчиненных на «Ты». Подчиненные должны обращаться к начальнику на «Вы», независимо от степени близости и родства. Обращение без имени является формальным. Произнося имя и отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение, что свидетельствует о культуре человека и создает ему репутацию деликатного, воспитанного, тактичного человека. В деловых отношениях соблюдается субординация (служебное подчинение младшего старшему). Соблюдение субординации вне службы, например, в театре, ре-

стороне или на отдых, считается нелепым. В деловых отношениях определённое место отводится критике, а также механизмам ее реализации. Критика происходит от греческого слова «судить», следовательно, в обширном значении «критика», то же самое, что и суждение». Критике подлежат неправильные действия, а не человек, их совершивший и вряд ли данного человека следует считать безнадежным. Приведём примеры устных распоряжений, свидетельствующих об этикете руководителя (Таблица 11).

Таблица 11

<b>Неправильно!</b>	<b>Правильно!</b>
1. М. В.! Подготовьте к четвергу отчет о работе вашего методического объединения. Мне он нужен для доклада в управлении образования.	1. Здравствуйте, уважаемая Мария Всеволодовна! Подготовьте, пожалуйста, к четвергу отчет о работе Вашего методического объединения. Он нужен для нашего отдела в Управлении образования.
2. Н. Н.! Вы сейчас пойдете в управление образования. Я хочу, чтобы Вы там переговорили ... Вам всё понятно?	2. Уважаемая Нина Николаевна! Вам сейчас нужно будет поехать в Управление образования и обсудить вопросы профориентационной работы. Это необходимо нам ...
3. Ю.А.! Вам следует, наконец, работать по-настоящему. Это нужно для нашего общего дела. А такая ваша работа меня сегодня не устраивает.	2. Добрый день, уважаемая Юлия Анатольевна! Убедительно прошу Вас пересмотреть менталитет вверенного Вам отдела: необходимо увеличить его работоспособность и продуктивность. Надеюсь на Ваше понимание.

Отдавая устные распоряжения, желательно исключить из обращения личные местоимения. Исключением являются такие высказывания, как: «Я думаю ...», «Я полагаю ...». В выполнении устного распоряжения в вопросительной форме отказ подчинённого затруднен, поскольку руководитель советует («Сможете ли Вы?», «Как Вы думаете?», «Вы согласитесь ...?», «Как Вы полагаете?», «Считаете ли Вы?», «Есть ли у Вас возможность?» и т. п.), не умаляя таким образом авторитет подчиненного. Подобные обращения придают значимость личности подчиненного сотрудника, пробуждая чувство самоуважения. Такая беседа приобретает положительный эмоциональный фон, что способствует формированию позитивного отношения к работе.

Способность к общению всегда относилась к числу важнейших человеческих качеств. Практика показывает, что эффективно умеют общаться далеко не все люди, проведение совещаний, заседаний, бесед, дискуссий, переговоров, отчеты перед начальством и т. п. — все это различные формы

делового общения. Практически все проблемы управления так или иначе связаны с общением.

Управленческое общение выступает как разновидность ролевого общения. Это общение между собеседниками, занимающими социальные позиции соподчиненности или относительной зависимости исходя из выполняемых социальных ролей, направленное на оптимизацию процесса управления и разрешение проблем совместной деятельности в организации.

Основные функции управленческого общения:

- выдача распорядительной информации (распоряжения, приказы, указания, рекомендации, советы и др.);
- получение обратной (контрольной) информации о ходе и итогах реализации распорядительной информации;
- выдача оценочной информации об итогах реализации задания.

Первая функция в управленческом общении присутствует всегда, она является ведущей, т. к. от качества ее выполнения зависит качество исполнительской деятельности. Вторая и третья функции могут и не быть в том или ином конкретном этапе управленческого общения, в процессе которого мы контактируем и взаимодействуем не ради праздного любопытства, а для того, чтобы решить деловую проблему. Все это требует определённой организации и в выполнении документированных процедур.

Однако в процессе общения нередко возникают затруднения и непонимание, причиной которых могут быть коммуникативные барьеры, возникающие в процессе управленческого общения. Речь является способом внушения чего-либо, или суггестии. Однако часто мы являемся свидетелями и встречной психологической активности, называемой противовнушением, то есть человек как бы защищается от неумолимого действия речи другого человека. Механизм противовнушения воздвигает на пути речи коммуникативные барьеры (психологические препятствия между партнерами по общению). В процессе делового общения возможно возникновение по крайней мере трех коммуникативных барьеров и их различных модификаций: барьеры «авторитет», «избегание» и «непонимание». Первые два обеспечивают защиту от источника информации, третий барьер — защиту от самого сообщения.

*Барьер «авторитет».* Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии другим. Таким образом, доверие и недоверие как бы персонифицируются и зависят не от особенностей передаваемой информации, а от того, кто говорит. Например, пожилые люди неохотно прислушиваются к советам молодых.

Отнесение человека к авторитетной личности зависит:

– от социального положения (статуса), от принадлежности к реальной «авторитетной» группе;

– привлекательного внешнего вида (аккуратная прическа, расчесан ли, выглажен ли, силуэт, цветовая гамма, застегнут ли на все пуговицы, как выбрит и др.);

– доброжелательного отношения к адресату воздействия (улыбка, приветливость, простота в обращении и др.);

– компетентности;

– искренности, причем если слушающий доверяет говорящему, то он очень хорошо воспринимает и запоминает выводы и практически не обращает внимания на ход рассуждений.

*Барьер «избегание».* Человек избегает источников воздействия, уклоняется от контакта с собеседником. Если уклониться невозможно, то он прилагает все усилия, чтобы не воспринимать сообщение (невнимателен, не слушает, не смотрит на собеседника, использует любой предлог для прекращения разговора). Чаще всего барьер избегания предстает в той или иной степени невнимания. Поэтому только управляя вниманием собеседника, аудиторией, можно преодолеть этот барьер. Главное при этом разрешить две взаимосвязанные проблемы: *привлечь внимание и удержать его*. На наше внимание влияют следующие факторы: актуальность информации, ее новизна, нестандартность подачи, неожиданность, интенсивность передачи информации, звучность голоса и его модуляция. Для привлечения внимания можно применить приемы:

– прием нейтральной фразы. В начале выступления, беседы произносится фраза, напрямую не связанная с основной темой, но имеющая смысл, значение, ценность для присутствующих (откуда родом, последний просмотренный фильм, передача, прочитанная книга, увлечения и др.);

– прием завлечения. Говорящий произносит очень тихо, монотонно или неразборчиво, а присутствующим приходится прилагать специальные усилия для понимания смысла сказанного. Эти усилия требуют самостоятельного применения способов концентрации внимания.

– прием «зрительного контакта». Говорящий обводит аудиторию взглядом, смотрит пристально на кого-нибудь, фиксирует взглядом несколько человек в аудитории и кивает им и т. д.

Не менее важна проблема поддержания внимания, которая решается путём применения некоторых приемов:

– прием изоляции (когда отводят собеседника в сторону, прикрытие дверей и окон в лекционных аудиториях и т. д.);

– прием навязывания ритма (постоянное изменение характеристик голоса и речи, говоря то громче, то тише, быстрее или медленнее, выразительно, «с нажимом», скороговоркой, нейтрально и т. п.), ликвидируя таким образом монотонность звучания;

– прием акцентировки (употребление различных служебных фраз, привлекающих внимание: «Прошу обратить внимание ...», «Важно отметить, что ...», «Необходимо подчеркнуть, что ...» и др.).

*Барьер «непонимание».* Часто источник информации заслуживает доверия, но информация не воспринимается аудиторией должным образом, сталкивается с непониманием. Обычно выделяют четыре барьера непонимания: фонетический (фонема — звук), семантический (семантика — смысловое значение слов), стилистический (стилистика — стиль изложения, соответствие формы и содержания), логический. *Фонетический барьер* непонимания возникает тогда, когда говорят на иностранном языке; используют много иностранных слов или специальную терминологию; говорят быстро, невнятно и с акцентом. Преодолеть фонетический барьер возможно при внятной, разборчивой и достаточно громкой речи; учете индивидуальных особенностей аудитории (чем хуже знает человек предмет обсуждения, тем медленнее нужно говорить и подробно разъяснять; люди разных национальностей говорят с различной скоростью: на севере и в средней полосе — медленнее, на юге — быстрее, маленькие дети и старики плохо воспринимают быструю речь и др.); наличии обратной связи с собеседником или аудиторией. *Семантический барьер непонимания* возникает, когда фонетически язык «наш», а по передаваемому смыслу «чужой». Обычно слово имеет не одно, а несколько значений, во-вторых, все люди понимают по-своему, наконец, в-третьих, часто используются слова жаргона, тайные языки, образы, примеры, употребляемые в какой-либо группе. Для преодоления этого барьера необходимо разъяснить в начале разговора ключевые слова и понятия, говорить максимально просто. *Стилистический барьер непонимания.* Человек обязан понять и, следовательно, отразить в каком-то ответе или действии только то словесное обращение, которое подчинено установленной грамматической структуре. В противном случае, когда происходит несоответствие между формой и содержанием, возникает стилистический барьер. Другими словами, если стиль изложения неуместный, слишком тяжелый, излишне легковесный, т. е. не соответствует содержанию, то собеседник его не понимает или отказывается, не хочет понимать. С определенными оговорками можно признать, что стиль — это отношение формы сообщения к его содержанию. Поэтому главное при преодолении этого барьера — правильно структурировать передаваемую информацию. Существуют два основных правила структурирования

информации в общении: правило рамки и правило цепи. *Правило рамки* основывается на действии психологического закона работы памяти, открытого немецким психологом-экспериментатором на рубеже XIX–XX веков Германом *Эббингаузом*, занимавшимся изучением закономерности запоминания, разработал метод бессмысленных слогов (этот закон часто называют еще «фактором ряда»). Суть его в том, что начало и конец любого информационного ряда, из чего бы он ни состоял, сохраняется в памяти человека лучше, чем середина. Рамку в общении создает начало и конец разговора. Для эффективности общения, предстоящего разговора, беседы целесообразно в начале указать цель, перспективы и предполагаемые результаты общения, а в конце разговора — подвести итоги, показать ретроспективу и отметить степень достижения целей. В первичном общении наиболее важной частью является начало, а при неоднократном деловом общении — конец разговора. Во втором случае людей не так интересует, как проходили переговоры, беседа, как то, чем они закончились. *Правило цепи* основано на том предположении, что содержание общения не может быть бесформенной грудой разнообразных сведений, оно должно быть каким-то образом выстроено, соединено в цепь. Любая цепь, упорядочивая, связывая, организуя содержание, как и рамка, выполняет сразу две задачи: во-первых, она позволяет улучшить запоминание и, во-вторых, помогает структурировать информацию в соответствии с ожиданиями собеседника. Варианты перечисления: простое перечисление («Во-первых, во-вторых, в-третьих ...»; ранжирование информации («Сначала о главном ..., теперь о составных элементах, наконец, менее существенное ...»); логическая цепь («Если это ..., то тогда можно предположить, что ..., а следовательно ...»). Логическое построение сообщения ведёт собеседника: от привлечения внимания к интересу, от интереса к основным положениям, от основных положений к возражениям и вопросам, от возражений и вопросов к заключению, а от заключения к призыву действовать. *Логический барьер непонимания*. Если человек, с нашей точки зрения, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики, то мы не только отказываемся его понимать, но и эмоционально воспринимаем отрицательно. При этом неявно предполагаем, что логика есть только одна — правильная, то есть наша. Каждый человек думает, живет и действует по своей логике, но вот в общении, если у человека нет ясного представления о логике партнера, возникает барьер логического непонимания. Преодоление логического барьера возможно при:

– учете логики и жизненной позиции собеседника. Для этого необходимо примерно представлять себе позицию партнера, собеседника (кто он, с чем пришел, на каких позициях стоит и др.), а также индивидуальные и соци-

ально-ролевые особенности, так как приемлемость или неприемлемость той или иной логики для партнера в основном зависит от его исходной направленности;

– правильной аргументации. Существуют различные виды аргументации: возрастающая (когда сила аргументов к концу общения возрастает. К ней целесообразно обращаться при высокой заинтересованности в разговоре собеседника и при его высоком образовательном уровне) и убывающая (когда сила аргументов к концу сообщения ослабевает. К ней целесообразно обращаться при необходимости пробудить внимание и интерес и при низком образовательном уровне). Кроме того, существует односторонняя аргументация, когда следуют аргументы только положительные или только отрицательные. К ней целесообразно обращаться, когда надо укрепить уже имеющиеся у людей взгляды, представления, когда позиции сторон сходны, когда у объекта воздействия низкий образовательный уровень. Возможна и двухсторонняя аргументация, когда используются различные — как положительные, так и отрицательные — аргументы. К ней целесообразно обращаться, когда слушатель, собеседник безразлично или негативно настроен на восприятие данной информации, то есть когда аргументы противоречат его сложившимся представлениям, установкам; когда у собеседника высокий образовательный уровень.

Таким образом, барьеры в общении не являются результатом сознательной, произвольной и направленной защиты от воздействия информации. Их действие противоречиво. Система барьеров есть своего рода автоматизированная охрана — при своеобразном срабатывании охранной сигнализации автоматически перекрываются подступы к человеку. В противном случае мозг и психика человека просто не выдержали бы обвала информации. Однако иногда барьеры играют и отрицательную роль. Например, тяжело изложенная, но нужная информация, не воспринимается или воспринимается с искажениями, неполно. Человек, знающий решение, но не имеющий авторитета, может быть не услышан. Разрешить это противоречие позволяет знание социально-психологических особенностей этих барьеров и способов их преодоления. В ходе общения его участники не только воспринимают и понимают друг друга, не только обмениваются информацией, но и осуществляют взаимодействие, то есть планируют общую деятельность, обмениваются действиями, вырабатывают формы и нормы совместных действий. Таким образом, действие — главное содержание интерактивной стороны общения. Описывая те или иные ситуации общения, мы чаще всего используем термины действий. Например, «мы пришли к единому мнению», «мы топтались на месте» и т. д. Между тем речь идет об общении, а не о борьбе. То, что оно пере-

дается такими фразами, обычно не приукрашивание, а главный смысл, который увидели партнеры в общении.

Взаимодействие в общении — это система взаимно обусловленных действий партнеров по общению, направленных на взаимные изменения их поведения, деятельности, отношений, установок и др. с целью обеспечения результативности общения и выработки единой стратегии. Это необходимый элемент совместной деятельности, без него трудно говорить о результативной выраженности социальной активности человека. Основу взаимодействия составляет многообразие межличностных контактов и действий: непосредственных и опосредованных, случайных и преднамеренных, частных и публичных, длительных и кратковременных, вербальных и невербальных. Для взаимодействия характерна циклическая причинная зависимость действий партнеров, когда поведение каждого выступает одновременно и стимулом, и реакцией на поведение остальных, то есть между партнерами проявляется взаимная связь, взаимное воздействие, взаимные изменения и др. Структурными компонентами процесса взаимодействия в общении выступают субъекты взаимодействия, взаимная связь (на основе формальных и неформальных отношений), взаимные воздействия, взаимные изменения субъектов взаимодействия (на основе изменения точек зрения, взглядов, представлений, отношений, поведения, деятельности и др.). В процессе взаимодействия каждый стремится ориентироваться не только цели, но и цели партнера. В зависимости от степени учета во взаимодействии этих целей различают следующие стратегии поведения:

- 1) сотрудничество, предполагающее максимальное достижение участниками взаимодействия своих целей;
- 2) противодействие, предполагающее ориентацию лишь на свои цели без учета целей партнера;
- 3) компромисс, предполагающий частное, промежуточное (зачастую, временное) достижение целей партнеров ради сохранения условного равенства и сохранения отношений;
- 4) уступчивость, предполагающая принесение в жертву собственных потребностей для достижения целей партнера;
- 5) избегание (уклонение), предполагающее уход от контакта, отказ от стремления к достижению своих целей для исключения выигрыша другого.

Эффективность взаимодействия зависит от реализации ряда условий и правил. Говоря об условиях эффективного взаимодействия в управленческом общении, необходимо, прежде всего, раскрыть содержательные компоненты процесса взаимодействия. К основным из них необходимо отнести дистанцию и позицию в общении. Большое значение имеют также время, место, си-

туация, стиль и тон общения. На основе многочисленных исследований психологи пришли к ряду важных выводов: физическое тело большинства животных и человека окружено определенной пространственной зоной, которую они считают своей собственной личной территорией; размеры личной пространственной территории социально и национально обусловлены (у южных народов и в городских условиях эта территория меньше, у народностей средней и северной полосы и в сельской местности она больше); личная пространственная территория человека имеет ряд характеристик, с помощью которых осуществляется общение в зависимости от характера данного акта общения: интимная, личная, социальная, публичная зоны. Человек с трудом терпит вторжение постороннего в социальную и личную зону, а вторжение в интимную вызывает неуместные в данный момент физиологические реакции и способствует стрессу (сердце начинает биться чаще, происходит выброс адреналина в кровь, она приливает к мозгу и мышцам как сигнал физической готовности к бою, к отпору). Современная городская жизнь принесла с собой ряд исключений из этих правил. В условиях невозможности обеспечения всем общающимся необходимых зон люди договорились сознательно нарушать эти зоны на занятиях в учебных заведениях, в местах массовых скопления людей (на стадионе, в киноконцертном зале, в общественном транспорте и др.). Это не значит, что в этих условиях человек не испытывает дискомфорта, но он научился внешне это не выражать. Для того чтобы не усиливать этот дискомфорт, рекомендуется не смотреть в упор на соседа, не выражать на лице сильных эмоций и оставаться беспристрастным, не разговаривать даже со знакомыми, быть сдержанным в движениях. Если мы хотим, чтобы подчиненные чувствовали себя при общении с нами комфортно, то необходимо соблюдать дистанцию, при выборе которой нужно учитывать национальные и социальные особенности собеседника, характер обсуждаемой проблемы, актуальное эмоциональное состояние собеседника и др. Эффективность взаимодействия в процессе управленческого общения связана с теми позициями, которые занимают собеседники. Удачной попыткой оказания помощи в выборе рациональных позиций в общении является теория трансактного и сценарного анализа, предложенного американским психологом и психиатром XXI века Эриком Леннардом *Берном* (единица общения, направленная на другого человека). Концепция Берна была создана в ответ на необходимость оказания психологической помощи людям, имеющим проблемы в общении. Наблюдая поведение людей, он обратил внимание на тот факт, что один и тот же человек прямо на глазах может измениться. При этом меняются одновременно выражение лица, речевые обороты, жесты, поза и т. п. Этот человек то ведет себя как взрослый, то резвится как ребенок,

то копирует поведение своих родителей. Э. Берн пришел к идее сложного строения личности, наличия в ее структуре трех состояний: «Я» («родитель», «взрослый» и «ребенок»), обуславливающих характер общения между людьми. Каждое из этих состояний, в свою очередь, обнаруживается в той или иной позиции в общении и предполагает определенные алгоритмы, модели поведения. В личности каждого человека обнаруживаются все три составляющие. Каждое из состояний «Я» выполняет определенные функции и вследствие этого является жизненно необходимым. Для оптимального функционирования личности, для эффективного взаимодействия с окружающими, с точки зрения транзактного анализа, в ней должны быть гармонично представлены в зависимости от ситуации общения, все три состояния «Я». Каждый из собеседников занимает какую-то одну из трех позиций в общении. Транзакции исходят из определенного состояния «Я» одного собеседника и направлены к определенному состоянию «Я» другого. Они являются открыто проявляющимся аспектом социальных связей индивида. Одни транзакции приводят к оптимальному взаимодействию, другие, наоборот, к конфликту. Для различных ситуаций управленческого общения: взаимодействие между людьми только тогда будет гармоничным и эффективным, когда между ними будут установлены параллельные транзакции. Пока между руководителем и подчиненными не установлены такие транзакции, ему очень сложно будет добиться взаимопонимания. Руководитель, говоря первую фразу, задает тон разговора тем, что невольно выбирает себе и собеседнику определенное состояние. Зрелый руководитель умело использует разные формы поведения, главное, чтобы они были уместны и адекватны конкретной ситуации общения.

Изучение общения показывает сложность этого социального феномена, требующего выделения отдельных составляющих и описания структуры. Существует разные подходы к социальному структурированию общения.

Сущность перцептивной стороны общения заключается в восприятии внешних признаков собеседника, в соотнесении их с его личностными характеристиками, в интерпретации и прогнозировании на этой основе его поступков. В наблюдаемом сотруднике нам доступны для восприятия лишь внешние признаки, среди которых наиболее информативными являются внешний облик (физические качества и оформление внешности) и поведение (совершаемые действия и экспрессивные реакции). Воспринимая эти качества, мы определенным образом оцениваем их и делаем некоторые умозаключения (часто бессознательно) о внутренних психологических свойствах личности как коммуникативного партнера. В этих умозаключениях обязательно присутствует сумма свойств (выражение лица собеседника (мимику); способы

выражения чувств (экспрессию); жесты (пантомимику); позы, положение тела и походку; внешний вид (одежду, прическу и др.); особенности голоса и речи), которая выражается в оценке собеседника, и, во-вторых, формирование определенного отношения к нему (больше эмоциональное, в пределах «нравится — не нравится»). Другими словами, на основе восприятия внешности и поведения собеседника мы как бы «читаем» внутренний мир человека, пытаемся понять и выработать собственное эмоциональное отношение к воспринятому. Основная задача восприятия — формирование первого впечатления о человеке. На основе многочисленных исследований психологи пришли к выводу, что первое впечатление формируется под воздействием трех факторов — фактора превосходства, фактора привлекательности и фактора отношения к наблюдателю. Действие *фактора превосходства* проявляется чаще всего в условиях неравенства партнеров в той или иной сфере — социальной, интеллектуальной, групповой др. Суть его в том, что партнеры по общению склонны систематически переоценивать различные качества тех людей, которые превосходят их по какому-то существенному для них параметру. Иначе говоря, происходит либо общая недооценка, либо общая переоценка партнера. Американский психолог XXI века Джордж Армитаж *Миллер* (член Национальной академии наук США, разработчик модели Т.О.Т.Е.— “Test – Operate – Test – Exit” — «Тест – Операция – Тест – Выход», введенной для описания взаимосвязи структур восприятия и поведения у животных и человека, а в дальнейшем стала использоваться для описания различных биологических, физиологических, управленческих, технических систем, а также процессов в психологии), отобрав фотографии людей красивых, «обыкновенных» и некрасивых, показал их группе мужчин и женщин и просил их высказаться о внутреннем мире каждого из тех, кто был изображен. Наиболее красивые были оценены и как более уверенные в себе, счастливые и искренние, уравновешенные, энергичные, любезные, то есть более богаты духовно, чем некрасивые и даже «обыкновенные». Таким образом, *фактор привлекательности* обеспечивает реализацию следующей схемы: чем больше внешне привлекателен для нас человек, тем лучше он для нас во всех отношениях. Если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются. *Фактор отношения* к собеседнику регулирует восприятие по следующей схеме: положительное отношение вызывает тенденцию к приумножению аналогичных свойств и отбрасыванию отрицательных. Явное недоброжелательное отношение вызывает устойчивую тенденцию не замечать положительного и выделять отрицательное. Формирование первого впечатления не самоцель, а регулятор последующего поведения. Оно необходимо для того, чтобы определить главные характеристики собеседника и в

соответствии с ними выбрать определенную «технику общения». А остальные качества, оказавшиеся «не в фокусе», просто достраиваются по схемам. Вот здесь-то и кроется возможность ошибок при формировании первого впечатления. Для действия *фактора превосходства* важны одежда человека и весь его антураж. В одежде для нас важна цена ее. При этом под ценой одежды понимается не столько денежное выражение этой цены, сколько ее дефицитность и модность. Серьезное значение имеет силуэт одежды. На основе ряда исследований выявлено, что высоко статусным считается силуэт, приближающийся к вытянутому прямоугольнику, с подчеркнутыми углами (особенно плечевыми), а низко статусным — силуэт, приближающийся к шару, не содержащий выраженных углов (свитер, куртка). Для практики управленческого общения вывод очевиден: воздействие руководителя будет действеннее, если он будет общаться с подчиненными, будучи одетым в строгую форму одежды, строгий деловой костюм. Имеет значение и цвет одежды. Высоко статусными считаются цвета ахроматической окраски черно-белой гаммы (даже некоторые оттенки серого), а низко статусными — яркие, насыщенные и чистые цвета (кроме белого и черного). На формирование *фактора превосходства* оказывает серьезное влияние *манера поведения* собеседника (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и др.). Превосходство проявляется в демонстрации собеседника своей независимости от неписаных норм общения. Это происходит в таких случаях, когда человек хочет показать, что ему неинтересен тот, с кем он общается; он как бы не замечает свидетелей или неудачно выбранного момента, а также своей бестактности и различных помех. Важно заметить, что проявление независимости собеседником сказывается только при нашей готовности признать эту независимость обоснованной, определяемой значимостью ситуации. Действие *фактора привлекательности* во много определяется социальным значением того или иного признака внешности (есть одобряемые или не одобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности). Привлекательность является понятием социальным уже потому, что оно различалось у разных народов и в разные времена.

Действие механизма *стереотипизации* позволяет нам быстро сформировать первое впечатление о человеке. Под социальным стереотипом понимается устойчивый образ или представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям, той или иной социальной группы. Например, когда мы слышим неправильное с точки зрения русского языка выражение «лицо кавказской национальности», мы это «лицо» не видим, но представить его можем во всей его неповторимой индивидуальности. Для ситуаций управленческого общения такими расхожими стереотипами будут

выражения «грубый начальник», «ленивый подчиненный» и др. Главная задача социального стереотипа — позволить нам быстро сориентироваться в ситуации общения. Ориентировка происходит мгновенно, и мы выстраиваем соответствующую стратегию дальнейшего поведения. Для человека, усвоившего стереотипы своей группы, они выполняют функцию упрощения и сокращения процесса восприятия собеседника. В процессе действия механизма стереотипизации надёжность восприятия регулируется рядом эффектов: хало-эффект (грубое обобщение, оценка в черно-белых красках); эффект снисхождения (слишком положительная оценка); эффект центральной тенденции (стремление усреднить оценку); эффект ореола (тенденция связывать характеристику одной черты характера с другими свойствами человека); эффект контраста (склонность отмечать противоположные своим положительным черты окружающих); эффект проекции (склонность приписывать негативные свойства своего характера, а также мотивы своего поведения другим). Так человек, который часто говорит неправду, чаще всего не верит и другим. Стереотипы представляют собой инструмент «грубой настройки», позволяющий человеку «экономить» психологические ресурсы и время. Они имеют свою «разрешенную» сферу социального применения. Однако в процессе последующего восприятия собеседника действие механизма стереотипизации сменяется действием механизмов «тонкой настройки» — этап более глубокого и объективного понимания партнера, его актуального эмоционального состояния, динамики его отношения к нам, то есть стремлением за внешними признаками увидеть внутреннее содержание личности. К механизмам «тонкой настройки» относятся идентификация (способ познания другого человека, при котором предположение о внутреннем состоянии собеседника строится на принципе уподобления себя другому, так, при идентификации с другим познаются его нормы, ценности, поведение, вкусы и привычки), эмпатия (через эмоциональный отклик мы понимаем внутреннее состояние другого человека); аттракция (умение добиться благоприятного, стойкого положительного отношения собеседника к нам); рефлексия (механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность человека представлять и осознавать то, как он воспринимается партнером по общению); каузальная атрибуция (механизм интерпретации поступков и чувств другого человека, стремление к выяснению причин поведения субъекта). Скорость прочтения «внутреннего мира» другого человека и качество этого прочтения у разных людей неодинаковы. Эти характеристики могут быть значительно усилены при наличии соответствующих знаний и достаточного жизненного опыта. Руководителю важно иметь высокий уровень визуально психодиагностических способностей, то есть умений и навыков, поз-

воляющих по внешним признакам людей «читать» их актуальное психическое состояние. Источниками информации о собеседнике являются его лицо, мимика, жесты, позы, походка и др. Нежелательно применять шаблоны в трактовке тех или иных жестов, лучше оценивать совокупность жестов, когда значение одного подтверждает трактование другого. Нужно учитывать условия, в которых проявляются те или иные жесты. Например, если в разговоре с нами собеседник часто прибегает к закрытым жестам и позициям, возможно, в помещении прохладно. Чем старше собеседник или выше его социально-экономическое положение, тем менее выражены у него жестикуляция и телодвижения, тем менее броскими и более завуалированными становятся они; чем южнее родился и воспитывался человек, тем богаче развита у него жестикуляция и телодвижения.

Важным подспорьем в управленческом общении является использование открытия Милтоном Хайлендом *Эриксоном* (американским психиатром и психотерапевтом XX века, специализировавшимся на медицинском гипнозе) нейролингвистического программирования, при котором движения глазных яблок связаны с типом мышления, точнее, с основным способом обработки внутреннего опыта. На основе фактов, подтвержденных рядом экспериментов, была выявлена взаимосвязь между положением глаз субъекта и сенсорными процессами, отвечающими за прием и переработку поступающей информации. Его подход к изменённым состояниям сознания лёг в основу целого направления, известного как эриксоновский гипноз, а его психотерапевтическая модель стала одной из основ нейролингвистического программирования.

В мимике человека отражены его эмоции. Было установлено, что существует семь основных эмоциональных выражений (конфигураций мимики): счастье, удивление, страх, страдание, гнев, отвращение или презрение и интерес. Выяснилось, что все люди, независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, с достаточной точностью объясняют эти мимические конфигурации. При этом основную информативную нагрузку несут брови и область вокруг рта (губы). Основные мимические «коды» эмоциональных состояний человека приведены в таблице. Глаза человека издавна называют зеркалом души. Какую информацию они могут нам предоставить? Важную информацию могут дать изменяющиеся размеры зрачков. При дневном свете зрачки могут расширяться и сужаться в зависимости от настроения. При возбуждении, приподнятом настроении зрачки расширяются в четыре раза больше, чем при обычном настроении. При сердитом, мрачном настроении зрачки значительно сужаются. Отсюда следует практический вывод для типичных ситуаций управленческого общения: когда вы разговариваете с под-

чиненными или с вышестоящим начальником, научитесь смотреть на зрачки и определять актуальное состояние собеседника. Информативна также и долгота взгляда. Нормальным принято считать ситуацию, когда глаза собеседников встречаются от одной трети до двух трети времени общения. В первом случае наш собеседник может оказаться нечестным, либо смущенным и скованным. Если наши глаза встречаются более половины времени общения, то наш собеседник либо считает нас очень интересным и привлекательным собеседником (в этом случае зрачки будут расширены), либо нам бросают вызов и настроены враждебно (в этом случае зрачки будут сужены). Однако, долгота взгляда может быть обусловлена национальной принадлежностью. Например, жители юга так часто смотрят на собеседника, что для других это кажется даже оскорбительным. Когда человек только формулирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону («в пространство»), когда мысль полностью готова, — на собеседника. Если речь идет о сложных вещах, на собеседника смотрят меньше, когда трудность преодолевается — больше. Вообще, тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера — только чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий больше глядит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи. Имеет значение и то, куда направлен взгляд собеседника. Этот аспект влияет на ход общения и обычно совершенно точно истолковывается собеседниками. Существует несколько разновидностей взглядов. Так, при деловом взгляде глаза собеседника обычно сосредоточиваются на треугольнике, образуемом тремя точками: центры глаз и середина лба. Направляя свой взгляд на этот треугольник, мы создаем серьезную атмосферу управленческого общения. Мало того, этот взгляд передает нашему собеседнику деловой настрой, статусный характер общения. Если наш взгляд не опускается ниже уровня глаз собеседника, то мы можем контролировать ход общения. При социальном взгляде наши глаза направлены на треугольник, образуемый центрами глаз и серединой рта. При этом создается атмосфера непринужденного, межличностного общения не просто собеседников, а приятных собеседников. Таким образом, направляя наш взгляд на тот или иной треугольник, мы можем передавать свое настроение и сам характер нашего разговора с тем или иным собеседником. Поскольку наблюдение за движениями глаз позволяет узнать многое о внутреннем мире человека, их стали называть «глазными сигналами доступа» (ГСД). Было установлено, что когда человек (если только он не левша) смотрит вверх и налево, он обращается к визуальной (зрительной) памяти; когда глаза направлены вверх и направо, то это свидетельствует о возникновении нового зрительного представления, конструировании нового образа; если глаза находятся по преимуществу в горизонтальном положении — зна-

чит происходит аудиальный (слуховой) контролирующий процесс; перемещение глаз вниз и налево означает, что процесс кинестетического (чувственного) ввода информации является ведущим; наконец, движение глаз вниз и направо сигнализирует о внутреннем диалоге и как следствие — контроле речи человеку. На основе этих данных возникла гипотеза, в соответствии с которой знание ведущего в данный момент сенсорного способа визуального поведения человека позволяет гармонизировать процесс общения с ним. Так, если руководителю нужно переубедить подчиненного, который является преимущественно визуалистом, то апеллировать к нему следует не только логической аргументацией, но и рисуя словесные образы. С другой стороны, если у подчиненного ведущий сенсорный канал кинестетический, то наилучшим способом общения с ним будет включение его в ситуацию, в конкретную деятельность, воздействие на его чувственную сферу. У левши воспоминания и конструкции зеркально поменяются местами, а общая закономерность распределения зрительного, слухового и кинестетического опыта по этажам останется той же. Разделение внутреннего опыта на три категории (зрение, слух, ощущения) называется разделением соответственно на визуальную, аудиальную и кинестетическую модальности внутреннего опыта. Человек, у которого преобладают в мышлении зрительные образы, который «специализируется» на зрительном внутреннем опыте, будет называться визуалистом; специализирующийся на слуховом опыте — аудиалистом; специализирующийся в ощущениях — кинестетиком. О ведущей модальности можно получить сведения не только по ГСД подчиненного, но и по часто употребляемым словам. Дело в том, что выбор слов также связан у человека с его ведущей модальностью. Если подчиненный говорит о блестящем будущем, о ярких перспективах, о точке зрения, то он выбирает визуальные слова, соответствующие его ведущей визуальной модальности. Аудиальной модальности соответствуют слова и выражения: «монотонный», «приглушенный», «говорите громче», «давайте обговорим» и др. Слова «трогать», «касаться», «мягко», «грубо», «давит» являются наиболее применимыми для представителей кинестетической модальности. Есть и такие слова, которые не относятся ни к одной модальности: «знать», «понимать», «думать». Однозначен вывод: для различных ситуаций управленческого общения для большей убедительности и повышения эффективности общения необходимо формировать свои сообщения, используя слова, характерные для модальности подчиненного. Если руководитель научится говорить с подчиненным так, чтобы тому было удобно слушать руководителя, то у подчиненного формируется бессознательное доверие к руководителю, значительно повышается эффективность управленческого общения. Если слова человека — чаще всего

плод его сознания, результат оценки и прогнозирования ситуации общения, работа «внутренней цензуры», то жесты — реакция подсознательных процессов. Вот почему нужно обратить самое пристальное внимание на рассогласование между словами и жестами. Речью и негативными переживаниями управляют разные полушария коры головного мозга человека. Поэтому в кризисных ситуациях могут проявляться сбои в их синхронном функционировании. Правое полушарие, участвуя в управлении негативными эмоциями, одновременно координирует деятельность левой половины человеческого тела. Знание этого факта позволило специалистам сформировать правило «левой стороны». То, что человек хочет показать окружающим, отражается на правой половине его тела, а то, что он реально переживает, — на левой. Испытывая волнение или проявляя неискренность, человек чаще всего допускает рассогласование между речевой (вербальной) и неречевой (невербальной) системами коммуникации. Явными признаками такого рассогласования могут быть: едва заметные микродвижения мимической мускулатуры лица; учащенное мигание и дыхание; покраснение и побледнение кожных покровов; сужение зрачков; нарушение симметричности мимики; глотательные движения (свидетельствующие о пересыхании во рту); повышенное потоотделение; закрытая позиция (скрещивание, сжимание, перехватывание рук, перекрещивание ног и др.). При неискреннем поведении человек может играть ряд типичных ролей:

«*Авторитетный*»: неискренность поведения маскируется демонстрацией доминирования его позиции в ситуации контакта, высокой социальной значимости его личности, особых отношений с авторитетными людьми, вышестоящим руководством.

«*Угодливый*»: маскировка истинных намерений осуществляется за счет демонстрации услужливости, застенчивости, малой образованности, слабой памяти, просьб о помощи и др.

«*Славный парень*»: демонстрируется показная заботливость о жизненных трудностях и проблемах руководителя, окружающих, понимание сложности профессиональной деятельности и др.

«*Артист*»: в зависимости от развития ситуации контакта и ответных реакций руководителя демонстрируются разнообразные формы поведения (то «авторитетного», то «угодливого», то «славного парня»).

Для диагностики неискренного поведения рекомендуется применять технику контрольных вопросов:

– постановка нескольких контрольных вопросов, на которые высока вероятность получения ответа «да», затем контрольных вопросов, на которые

высока вероятность получения ответа «нет». При этом оценивается соответствие отмеченных выше невербальных характеристик содержания ответов;

– уточнение и детализация обстоятельств, условий, свойств, действий, в изложении которых подозревается неточность;

– постановка неожиданных, провокационных по сути вопросов, которые направлены на выяснение предположительно скрываемой или искажаемой объектом информации. Вопросы могут задаваться как невзначай, так и напрямую;

– требование многократного повторения событий, сведений, которые вызывают подозрение. В ходе последующего анализа обращается внимание на согласование одного и того же в разных рассказах.

Важной характеристикой перцептивной стороны общения являются используемые партнерами по общению жесты и позы. Руководителю любого уровня важно знать потенциально возможную информацию, которую жесты и позы могут передать.

*Жест и поза открытости:*

– развернутые навстречу собеседнику руки, демонстрация раскрытых ладоней. Часто сопровождается поднятием плеч;

– расстегнутый пиджак (куртка).

*Жест и поза закрытости:*

– скрещенные на груди руки либо попытка как-то закрыть корпус тела руками. Закрытость усиливается, если пальцы сжаты в кулаки;

– посадка на стул, при которой спинка является как бы щитом;

– скрещенные ноги.

*Оценочный жест и поза:*

– жест «рука у щеки» означает, что человек над чем-то задумался, о чем-то размышляет;

– подбородок опирается о ладонь, указательный палец вытянут вдоль щеки, остальные сведены вместе и расположены над подбородком. Этот жест свидетельствует о критической оценке;

– если это же сопровождается наклоном корпуса в сторону от собеседника, то оценка, скорее всего, негативная;

– наклон головы набок — заинтересованность;

– почесывание, поглаживание подбородка — жест размышления и оценки, идет процесс принятия решения.

*Жест и поза подозрительности, скрытности и отрицания:*

– сложенные руки, отклоненный назад корпус, скрещенные ноги, голова наклонена вперед, взгляд исподлобья;

– ступни и корпус тела повернуты по направлению к выходу;

– касание носа или легкое его протирание (обычно указательным пальцем) — человек хочет закончить разговор и уйти;

– касание мочки уха или почесывание глаз.

*Жест и поза уверенности:*

– гордая прямая поза;

– пальцы соединены наподобие купола. Означает доверительность отношений, но также и некоторое самодовольство, уверенность в своей непогрешимости, эгоистичность или гордость;

– руки соединены теснее, чем купол;

– руки соединены за спиной, подбородок поднят вверх — поза абсолютного превосходства.

*Жест и поза нервозности:*

– покашливание, прочищение горла;

– курение сигарет. Сигарету зажигают лишь тогда, когда напряжение спадает;

– рука прикрывает рот (этот жест передает эмоции, варьирующиеся от сомнения в себе до явной лжи);

– локти ставятся на стол, образуя пирамиду, вершина которой (кисти рук) расположена прямо перед ртом.

*Жест и поза готовности:*

– руки на бедрах, стоя или сидя;

– человек сидит на краю стула;

– опора на стол широко расставленными руками. Это сильный призыв слушать, так как у этого человека есть что сказать.

*Жест и поз неуверенности:*

– переплетенные пальцы рук, при этом большие пальцы нервно двигаются;

– человек грызет или сосет конец авторучки, карандаша;

– пощипывание, потирание ладоней.

*Жест и поза напряженности:*

– короткое дыхание, частые вскрики и неясные звуки — звуковой фон напряженности;

– крепко сцепленные руки. Кроме того, это еще жест подозрения и недоверия;

– защитное поглаживание шеи ладонью;

– отворачивание лица в сторону. Означает также недовольство, отрицание.

В общении с людьми, демонстрирующими такие жесты, перед началом разговора надо снять напряженность: склониться к человеку, сесть с ним рядом и др.

*Жест самоконтроля:*

- руки сведены за спину, и там одна сильно сжимает другую;
- скрещенные лодыжки ног;
- руки, вцепившиеся в подлокотники кресла.

*Жест скуки:*

- постукивание по столу рукой или по полу ногой, пощелкивание колпачком ручки;
- голова лежит на раскрытой ладони, глаза полуприкрыты;
- отсутствующий взгляд;
- машинальное рисование на бумаге.

*Жест расположения:*

- руки, прикладываемые к груди;
- приближение к другому человеку. Надо вовремя замечать, когда партнер начинает отодвигаться.

То, как человек сидит при разговоре, показывает его отношение к другому, так же, как и к теме разговора. Люди обычно подаются вперед, когда они эмоционально вовлечены или заинтересованы. Они, как правило, отклоняются назад или отодвигаются, когда этого нет. Сидение на кончике стула и наклон вперед указывают на готовность к движению и установку на кооперацию, принятие, признание, указывают на физическое приближение к собеседнику. Сидение прямо, но без напряжения, указывает на доверие; сутулая поза предполагает внутреннюю установку на самозащиту; когда человек отворачивается от собеседника и склоняет голову вперед, то, скорее всего, он испытывает подозрение.

*Вопросы для самоконтроля*

1. Раскройте содержание понятий «управление» и «управлять общением».
2. Что должен знать и уметь специалист, чтобы управлять общением?
3. Дайте характеристику законов управления общением.
4. Назовите методы делового стиля общения.
5. Какие вы знаете методы управления конфликтами?

*Список литературы*

1. Скибицкий Э. Г., Скибицкая И. Ю. Основы делового общения : учебное пособие. – Новосибирск : НГАСУ, 2008. – 388 с.

2. Солоницина А. А. Профессиональная этика и этикет : учебное пособие. – Владивосток : ТИДОТ ДВГУ, 2005. – 125 с. – URL: <http://window.edu.ru/resource/023/41023> (дата обращения: 21.11.2021).

3. Рева В. Е. Деловое общение : учебное пособие. – Пенза : Пенз. гос. ун-т, 2003. – 240 с. – URL: <http://window.edu.ru/resource/900/36900> (дата обращения: 21.11.2021).

4. Деловое общение : учеб. пособие / авт.- сост. И. Н. Кузнецов. – М. : Дашков и К, 2007. – 378 с.

## 2.6 Типы конфликтов и управление конфликтной ситуацией

Общепринятой теории конфликтов, объединяющей их природу, влияние на развитие коллективов, общества нет, хотя имеются многочисленные изыскания по вопросам возникновения и функционирования конфликтов, управления ими. В некоторых исследованиях «духовным отцом» теории конфликтов считается древнегреческий философ *Гераклит* Эфесский, встречаются ссылки на *Сократа* (родоначальника диалектики как метода отыскания истины путем постановки наводящих вопросов) и его ученика *Платона*, считавшего идеи (высшая среди них — идея блага) вечными и неизменными умопостигаемыми прообразами вещей, всего преходящего и изменчивого бытия, а вещи — подобием и отражением идей. Достаточно часты обращения к немецкому философу Фридриху *Гегелю*, к его учению о противоположности и борьбе противоположностей. Еще задолго до официального рождения социологии существовали теории, рассматривающие общество в качестве организованного конфликта или борьбы между индивидами и социальными группами, между различными социальными слоями общества, между разными странами, религиями, поколениями, полами и т. д. Томас *Гоббс* — английский философ-материалист, один из основателей современной политической философии, теории общественного договора и теории государственного суверенитета, допускал большой элемент конфликта во всех социальных отношениях и не сомневался в том, что «человек человеку волк», а в обществе естественным состоянием является «война всех против всех». Так, начало современным теориям конфликта, например, теории социального конфликта, положили работы Карла Генриха *Маркса* — немецкого философа, социолога, экономиста, писателя, поэта, политического журналиста, лингвиста, общественного деятеля, историка XIX века; Герберта *Спенсера* — английского философа и социолога, родоначальника эволюционизма, основателя органической школы в социологии, идеолога либерализма, идеи которого пользовались большой популярностью в конце XIX века, современ-

ника К. Маркса; в XX веке: Чарльза Райта *Миллса* (американского социолога, публициста и публичного интеллектуала, основоположника леворадикального направления в западной социологии); Максимилиана Карла Эмиля *Вебера*, известного как Макс Вебер, немецкого социолога, философа, историка, политического экономиста, идеи которого оказали значительное влияние на развитие общественных наук, в том числе социологии, и др. Дефиниция «конфликт» (лат. *conflictus* — столкновение) в литературе трактуется как столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений или взглядов оппонентов или субъектов взаимодействия; столкновение, серьезное разногласие, спор; момент в межличностных отношениях двух субъектов, обладающих индивидуальным внутренним миром, когда между этими личностными структурами возникает противоречие, происходит столкновение личностных смыслов и др. Конфликты рассматриваются с позиций: психоаналитического представления о природе индивида; когнитивной психологии; бихевиоризма; ролевых подходов; теории структурного баланса; теории стратегии поведения в конфликтной ситуации; ориентации на актуальные действия; мотивов действий и др. Конфликты любого уровня и вида в обществе являются комплексным явлением и методы их изучения многообразны. Приоритетность того или иного метода в каждом конкретном случае определяется видом конфликта.

В целом, конфликт вызывается тремя группами причин, которые обусловлены: трудовым процессом; психологическими особенностями человеческих взаимоотношений (то есть их симпатиями и антипатиями, культурными, этническими различиями людей, действиями руководителя и т. д.); личностным своеобразием членов группы (например, неумением контролировать свое эмоциональное состояние, агрессивностью, некоммуникабельностью, бестактностью).

Например, если предметом изучения является межличностный конфликт, то доминирующими методами будут социально-психологические. При анализе конфликтов между крупными социальными группами на первый план выходят социологические и политологические приемы исследования. Конфликты обнажают различие человеческих представлений о справедливости и всегда имеют *нравственное измерение*. Поведение человека в конфликте характеризуется большой степенью напряженности, как физической, так и психологической, потому что столкновение требует концентрации сил и сосредоточение всех духовных ресурсов на выход из положения. Характерными чертами конфликта являются: неопределенность исхода; различие целей; образ действий каждой из сторон. К основным признакам конфликта можно отнести: наличие ситуации, воспринимаемой участниками, как конфликтной;

неделимость объекта конфликта, т. е. его предмет не может быть поделен справедливо между участниками конфликтного взаимодействия; желание участников продолжить конфликт. Конфликт может быть объединяющим, внутри группы может способствовать её сплочению или восстановлению внутреннего единства в том случае, если последнему угрожает вражда или антагонизм членов группы. Конфликт может вносить социальные изменения, когда содействуют обновлению внутригрупповых норм и отношений в соответствии с насущными потребностями отдельных индивидов или подгрупп. В конфликте обозначены стороны — участники конфликта и их характеристики. К причинам конфликта имеет отношение информация. Она может быть приемлема для одной стороны и неприемлема для другой. Наиболее часто встречаются факторы: неполные и неточные факты; нарушение принципа конфиденциальности информации, которая может оскорбить ценности одной из сторон; дезинформация; слухи; вопросы количества и качества и др. Структура связана с существованием формальной или неформальной организацией социальной группы. Они могут включать следующее: распределение власти в организации; статусно-ролевые положения и притязания работников; несоответствие прав и обязанностей, в частности неэффективные, слишком расплывчатые или устаревшие должностные инструкции; система безопасности; нормативная основа организации; система мотивации работников; неблагоприятные условия работы, несовершенная оплата труда; низкий уровень трудовой и исполнительской дисциплины и др. Одним из типичных социальных конфликтов выступает столкновение между нормативными предписаниями и реальным положением дел. Стержнем в характеристике конфликта и конфликтного поведения выступает норма (социальная и психологическая; личностная, групповая и межгрупповая), а также реакция участников взаимодействия на соблюдение или несоблюдение норм. Нормы могут быть юридическими и этическими, культурными, совпадающими или несовпадающими, приемлемыми или неприемлемыми, формальными или неформальными, зафиксированными или незафиксированными и т. д. Кроме того, следует учитывать некоторые деформационные процессы самой социальной нормы, что является причиной конфликтов на всех уровнях социального взаимодействия — начальным звеном деформаций является отставание функций социальных институтов от объективных изменившихся условий жизни, потребностей социально-экономического, политического, культурного и нравственного развития общества. Это влечет за собой изменения в социальном поведении различных групп и слоев населения, а также пересмотр ценностных ориентаций и форм поведения, вызывая рост межличностных конфликтов, нарушениям социальных норм. Этот процесс не вызывает адекватной

социальной реакции, и социальная норма фактически перестает действовать, набирает силу «теневое нормотворчество». Следовательно, происходят существенные и необратимые изменения во всей системе общественных отношений. Многие конфликты, кажущиеся деловыми, на самом деле являются конфликтами, замешанными на чувствах и взаимоотношениях.

Анализ причин конфликтов позволяет отметить, что мерами по их предотвращению могут стать: формирование определенного стиля мышления, принятие продуктивного решения или позиции децентрации (отказа от признания своей точки зрения как единственно возможной), умение находить возможность компромисса или пути сотрудничества, освоение коммуникативных умений (слушать и понимать другого, доказывать, аргументировать свою позицию, оппонировать, не задевая достоинство другого человека). Можно выделить четыре возможных варианта разрешения конфликта между противостоящими сторонами: первая выигрывает за счёт второй или наоборот, обе стороны оказываются в проигрыше, обе стороны могут оказаться в выигрыше на основе компромисса.

Организация состоит из множества формальных и неформальных групп, между которыми могут возникать конфликты. Например, между руководством и исполнителями, работниками различных подразделений, неформальными группами внутри подразделений, администрацией и профсоюзом. Частым примером межгруппового конфликта служат разногласия между высшим и более низким уровнями управления, линейным и штабным персоналом. Конструктивные конфликты оказываются полезными, т. к. они обнажают суть противоречий; стороны могут понять свою взаимную неправоту или чрезмерность своих притязаний, оппоненты не выходят за рамки деловых аргументов и отношений. При этом могут наблюдаться различные стратегии поведения: *соперничество*; *сотрудничество*; *компромисс*; *избегание*; *приспособление*. Обобщенное выражение этих стратегий поведения характеризуется как корпоративность и напористость. Стабилизирующие конфликты по своим масштабам чаще всего — малые конфликты, которые быстро разрешает хороший арбитр. Деструктивные конфликты разрушают устоявшиеся нормы межличностных отношений и отбрасывают стороны назад к более примитивным. *Ситуативные* конфликты могут превращаться в конструктивные и малые. Они вызваны локальными столкновениями личных интересов. *Тотальные конфликты* чреваты непосредственными последствиями. Они вызваны столкновением интересов больших социальных групп. По мнению психологов, конфликт может оказывать на человека и *положительное* (ускоряет процесс самосознания; формирует определенный набор ценностей; способствует осознанию общности, возникновению официальных или неофици-

альных сообществ; приводит к объединению единомышленников, внутри и между группами; расставляет приоритеты; играет роль предохранительного клапана для безопасного и даже конструктивного выхода эмоций; стимулирует разработку систем справедливого предотвращения, управления и разрешения конфликтов; способствует получению новой информации; стимулирует к изменениям и развитию) и *отрицательное* (угрожает нарушению необходимого порядка в социальной системе; препятствует осуществлению быстрых перемен; приводит к потере поддержки; ведет к действию или ответному действию вместо тщательного взвешенного ответа; подрывает доверие; вызывает разобщенность; меняет приоритеты так, что ставит под угрозу другие интересы; сокращает сферы сотрудничества; снижает производительность, усиливает рост текучести кадров; обостряет чувство неудовлетворенности собой и отрицательное эмоциональное состояние; увеличивает конкуренцию между группами, усиливает влияние групповых норм; сосредотачивает внимание на борьбе между группами, переносит внимание с общей задачи организации на конфликт) влияния. Разрешение конфликтов связано с различными последствиями. Один из наших ложных рефлексов – уход от общения. Избегание контакта подтверждает, что конфликт остался неразрешенным. Без общения нельзя прийти к какому-либо соглашению. Важным правилом является отказ от применения физической силы. Раздраженный тон, личные выпады и оскорбления, унижение расового и национального достоинства не способствуют прогрессу переговоров. Важно предусмотреть время и место проведения диалога. Для создания условий эффективного общения лучше заранее продумать обстановку (место, длительность диалога, конфиденциальность, время дня или день недели и т. д.). Встреча для переговоров начинается со вступительной части, приглашения к разговору, диалога и прорыва. Во время диалога, который занимает большую часть встречи, где оба партнёра вовлечены в активный диалог друг с другом желательно поддерживать жесты примирения собеседника и предлагать свои. Этот процесс не позволит нам и другому потакать ложной безопасности и привычным ложным рефлексам, поможет заменить деструктивные модели поведения кардинальными правилами, чтобы сделать встречу конструктивной, а также создаст условия, при которых можно добровольно прийти к согласию. Прорыв происходит тогда, когда мы вместе изменили свои позиции от противостояния: «Я – против – тебя» на поиск решения: «Мы против – проблемы». В большинстве случаев определенное, хотя и ограниченное соглашение может быть достигнуто в одном диалоге. Простой разговор с глазу на глаз в соответствующих условиях, подчиняясь кардинальным правилам, помогает людям преодолеть разногласия и построить более удовлетвори-

тельные взаимоотношения. Чтобы достичь соглашения, надо принять совместное решение. Договор — это не просто добрая воля, он описывает дальнейшие отношения. Во время составления договора полезно проверить его части на поведенческую специфичность (в чем заключается уважение интересов, чем будет подтверждена взаимная честность и т. п.) В результате возникает взаимное понимание того, как будет выполняться договор. Если решения или правила поведения, относящиеся к спорному вопросу, требуют согласия или участия обоих партнеров, то договор заключить необходимо.

Для более успешного разрешения конфликта желательно не только выбрать стратегию, но и составить карту конфликта. С ее помощью можно наметить общую стратегию, наиболее характерные этапы и способы разрешения конфликтов. В первую очередь следует определить проблему конфликта в общих чертах; истинную причину конфликта; действительных участников конфликта; подлинные потребности и опасения каждого из главных участников конфликта; межличностные отношения участников конфликта; отношение к конфликту лиц, не участвующих в нем, но заинтересованных в позитивном его разрешении. По мнению специалистов, такая карта позволит: ограничить дискуссию определенными формальными рамками, что в значительной степени поможет избежать чрезмерного проявления эмоций, так как сам процесс составления карты требует переключения сознания человека с эмоции на разум, мышление; создать возможность совместного обсуждения проблемы, высказать людям их требования и желания; создать атмосферу эмпатии; выбрать наиболее оптимальные пути разрешения конфликта. Прежде чем переходить к разрешению конфликта, необходимо ответить на вопросы: хочу ли я благоприятного исхода; что нужно сделать, чтобы лучше владеть своими эмоциями; как бы я себя чувствовал на месте конфликтующей стороны; нужен ли посредник при разрешении конфликта; в какой атмосфере (ситуации) люди могли бы лучше открыться, найти общий язык и выработать решение. К. Томас предложил модель, согласно которой конфликтное поведение выстраивается в пространстве, заданном *системой координат*. В ней по вертикальной оси указывается степень настойчивости в удовлетворении собственных интересов, представляемая как важность результатов. По горизонтальной оси — степень уступчивости в удовлетворении интересов других партнеров, представляемая как важность отношений. *Стратегия соперничества (конкуренции)* наиболее типична для поведения в конфликтной ситуации. Ее может использовать человек, обладающий сильной волей, достаточным авторитетом, властью. Кроме того, ее можно также применять, если делается большая ставка на свое решение возникшей проблемы, поскольку исход конфликта очень важен для нас; если мы обладаем

достаточной властью и авторитетом, и нам представляется очевидным, что предлагаемое решение наилучшее; одолевает чувство того, что у нас нет выбора и нам нечего терять; мы должны принять непопулярное решение и у нас достаточно полномочий для выбора этого шага; взаимодействуем с подчиненными, предпочитающими авторитарный стиль. Однако следует иметь в виду, что эта стратегия редко приводит к долгосрочным результатам, так как другая сторона может не поддержать решение, принятое вопреки её воле, или даже попытаться саботировать его. *Стратегия сотрудничества* — наиболее трудная из, но вместе с тем наиболее эффективна при разрешении конфликтных ситуаций. Преимущество ее в том, что мы находим наиболее приемлемое для обеих сторон решение, и оппонент становится партнером. Эта стратегия означает поиск путей для вовлечения всех участников в процесс разрешения конфликтов и стремление к удовлетворению нужд всех. Такой подход ведет к успеху в делах и личной жизни. *Стратегия компромисса* как способ урегулирования разногласия между конфликтующими сторонами, идя при этом на взаимные уступки, осуществляется на поверхностном уровне, так как стороны в чем-то уступают друг другу. Эта стратегия наиболее эффективна, когда обе стороны преследуют одну и ту же цель, но знают, что это невыполнимо. При использовании стратегии компромисса акцент делается не на решении, которое удовлетворяет интересы обеих сторон, а на изменении поставленной ранее цели, так как это связано не с самыми кровными чувствами. *Стратегия избегания (ухода)* реализуется тогда, когда конфликт не затрагивает прямых интересов сторон или возникающая проблема не столь важна для сторон и у них нет нужды отстаивать свои права, или же конфликтующая сторона ни с кем не сотрудничает для выработки решения. Отсутствие вовлеченности в конфликт не отражается на его развитии либо просто сторона не желает тратить силы на его разрешение. Кроме того, стратегия также применима, когда стороне приходится иметь дело с конфликтной личностью. Принятие *стратегии приспособления* означает, что мы действуем совместно с другой стороной, но при этом не пытаемся отстаивать собственные интересы в целях сглаживания атмосферы и восстановления нормальной рабочей обстановки. Но это не означает, что мы должны отказываться от своих интересов. Мы отстаиваем их на некоторое время, а потом в более благоприятной обстановке возвращаемся к их удовлетворению за счет уступок со стороны вашего оппонента или каким-либо иным образом. Эта стратегия может быть применена тогда, когда предмет разногласия не важен для нас или нас не особенно волнует случившееся событие; мы считаем, что лучше сохранить отношения с другими людьми, чем отстаивать собственную точку зрения; мы понимаем то, что в данный момент времени правда не на нашей

стороне; мы чувствуем, что у нас недостаточно власти или шансов отстоять свою позицию; мы понимаем, что исход дела намного важнее для кого-то, чем для нас. Конфликт часто порождает такое эмоциональное состояние, в котором трудно мыслить, делать выводы, подойти творчески к разрешению проблемы, что может привести к состоянию аффекта.

Если потенциальные выгоды кажутся участникам конфликта больше потерь, то конфликт происходит, и возникает необходимость в управлении им. Чаще всего интерес к проблеме управления конфликтом возникает применительно к трудовой сфере, к управленческой деятельности вообще. Управленческую деятельность можно рассматривать как последовательное преодоление рассогласований в процессе решения производственных задач. В свою очередь, стиль управления — методы и приемы, применяемые для достижения намеченных целей и задач, и линий поведения в возникающих при этом конфликтных ситуациях. К структурным методам управления конфликтами относят: четкая формулировка требований; использование координирующих механизмов; установлении единых целей, формирование общих ценностей; система поощрений.

Управление конфликтами включает и межличностные способы преодоления конфликтов. Участники конфликта оказываются перед необходимостью выбора одной из трех принципиальных возможностей своих действий в сложившихся обстоятельствах: путь борьбы, направленный на то, чтобы всеми доступными средствами добиться желаемого; уход от конфликта; проведение переговоров с целью найти приемлемое для всех решение возникшей проблемы. Каждая из этих возможностей предполагает соответствующие стратегии поведения участников конфликта.

Управление конфликтом состоит из следующих этапов:

а) институционализация конфликта – устранение его стихийности, внесение в ситуацию определенных принципов и правил, что позволяет сделать развитие конфликта предсказуемым;

б) легитимизация конфликта стимулирует добровольность желания выполнять предложенное решение;

в) структурирование конфликтующих групп — важная ступень управления конфликтом. Если группы структурированы, появляется возможность изменения их силового потенциала. Это позволяет установить неформальную иерархию влияния в обществе, что объективно сдерживает эскалацию межгруппового конфликта. Умелое же управление конфликтом может активизировать данный процесс и тем самым ускорить достижение конечного позитивного результата;

д) редукция – последовательное ослабление конфликта за счет перевода на другой уровень.

Для мирного разрешения конфликта нужны следующие факторы:

– институциональный: существование в обществе механизмов для проведения консультаций, переговоров и поиска взаимовыгодных решений, в том числе в рамках законодательной, судебной и исполнительной власти;

– конценсуальный: наличие согласия между конфликтующими сторонами по поводу того, что должно собою представлять приемлемое решение. При этом поиски взаимоприемлемого решения становятся более реалистичными;

– фактор кумулятивности: чем он меньше, тем выше вероятность мирного урегулирования (хорошо, когда конфликт не обрастает новыми проблемами и участниками);

– фактор исторического опыта, в том, числе примеров разрешения подобных конфликтов;

– фактор равновесия сил;

– психологический (многое зависит от личностно-типологических особенностей тех, кто принимает решения во время конфликта).

Любая конфликтная ситуация проходит определённые стадии: возникновение разногласий; возрастание напряженности в отношениях; осознание ситуации как конфликтной хотя бы одним из ее участников; исход конфликта. Разрешение конфликта является устранением проблемы, породившей конфликтную ситуацию и восстановление нормальных отношений между людьми. В процессе аналитической деятельности выясняются скрытые и явные причины конфликта и определение того, что действительно является предметом разногласий или претензий. Социально обусловленные отношения часто протекают в условиях конфликтов, которые являются неотъемлемой частью человеческих отношений и поэтому существуют столько, сколько существует человек. Основой любого конфликта являются накопившиеся противоречия, которые могут быть объективными и субъективными, реальными и иллюзорными. Для перерастания возникшего противоречия в конфликтную ситуацию необходимы: значимость ситуации для участников конфликтного взаимодействия; наличие препятствия, которое воздвигает один из оппонентов на пути к достижению целей другими участниками (даже если это субъективное восприятие, а не реальность); превышение личной или групповой терпимости к возникшему препятствию хотя бы у одной из сторон. Определяющую роль в восприятии человеком конфликтности той или иной ситуации играет субъективная значимость противоречия, лежащего в основе конфликта, или тот «личностный смысл», который это противоречие

имеет для данного индивида. Этот смысл определяется всем индивидуальным жизненным опытом человека, точнее такими характеристиками его личности, как его ценностные ориентации и мотивация. Конфликты возникают во всех сферах человеческой деятельности. Человек не может избежать их. Основу конфликтных ситуаций в группе между отдельными людьми составляет столкновение между противоположно направленными интересами, мнениями, целями, различными представлениями о способе их достижения. В социальной психологии существует многовариантная типология конфликта в зависимости от тех критериев, которые берутся за основу.

Классификация конфликтов представляет собой систему соподчиненных понятий (классов объектов) в какой-либо области знания или деятельности человека. Научная классификация фиксирует закономерные связи между классами объектов, с целью определения места объекта в системе, что указывает на свойства последнего. Типология как научный метод познания представляет собой расчленение систем объектов и их группировку с помощью обобщенной идеализированной модели или типа. Она решает задачу упорядочения и объяснения крайне разнородных по составу множеств объектов. Существуют разнообразные варианты классификации конфликтов. По направленности конфликты делятся на горизонтальные, вертикальные и смешанные. К *горизонтальным* относятся такие конфликты, в которых не задействованы лица, находящиеся в подчинении друг другу. К *вертикальным* конфликтам относятся те, в которых участвуют лица, находящиеся в подчинении один у другого. В смешанных конфликтах представлены и вертикальные, и горизонтальные составляющие. Они наиболее нежелательны для руководителя, так как в них он как бы «связан по рукам и ногам». Дело в том, что в этом случае каждое действие руководителя рассматривается всеми сотрудниками через призму конфликта. Выбор той или иной классификации определяется тем, что интересует исследователя в данном конкретном случае. Дело в том, что любая классификация разбивает все множество конфликтов на классы по какому-то определенному признаку (основанию) классификации. Таким основанием могут быть: состав участников конфликта, его содержание, его длительность, его причины, степень его интенсивности, остроты или силы, формы его протекания, способы разрешения и пр. В зависимости от того, какое из этих оснований важно учитывать в данных конкретных обстоятельствах, специалисты обращаются к той или иной классификации. Наиболее часто используется классификация по составу участников, включенных в конфликт. При использовании этого признака можно выделить следующие основные типы конфликтов:

*Внутриличностный конфликт*, особенностью которого является то, что здесь «участниками» конфликта являются различные психологические факторы внутреннего мира личности, часто кажущиеся или являющиеся несовместимыми (потребности, мотивы, ценности, чувства и т. п.). Внутриличностный конфликт может принимать различные формы, наиболее распространена форма ролевого конфликта, когда одному человеку предъявляются противоречивые требования по поводу того, каким должен быть результат его работы или, например, когда производственные требования не согласуются с личными потребностями или ценностями. Исследования показывают, что такой конфликт может возникнуть при низкой удовлетворенности работой, малой уверенности в себе.

*Межличностный конфликт* — самый распространенный тип конфликта, участниками в котором выступают отдельные личности. Межличностный конфликт. Это наиболее распространенная форма конфликта в организациях. Чаще всего это борьба руководителей за ограниченные ресурсы, капитал или рабочую силу, за время использования оборудования или за одобрение проекта. Каждый из участников конфликта считает, что, поскольку ресурсы ограничены, он должен убедить вышестоящее руководство выделить эти ресурсы ему, а не другому руководству. Межличностный конфликт может также появляться и как столкновение личностей. Люди с различными чертами характера, взглядами и ценностями иногда просто не в состоянии ладить друг с другом. Как правило, взгляды и цели таких людей различаются в корне (например, между руководителем и его заместителем по поводу должности, премии; между сотрудниками).

*Групповой конфликт* характеризует то, что, хотя бы, одним из субъектов конфликтного взаимодействия выступает группа. Такие конфликты можно подразделить на *внутригрупповые* (конфликты между личностью и группой, либо между неформальными группами, существующими в рамках формальной группы) и *межгрупповые* (конфликты между различными (большими и малыми, формальными и неформальными) группами). Между отдельной личностью и группой может возникнуть конфликт, если эта личность займет позицию, отличающуюся от позиций группы. Например, обсуждая на собрании пути увеличения объема продаж, большинство будет считать, что этого можно добиться путем снижения цены. А кто-то один будет убежден, что такая тактика приведет к уменьшению прибыли. Хотя этот человек, мнение которого отличается от мнения группы, может принимать близко к сердцу интересы компании, его все равно можно рассматривать как источник конфликта, потому что он идет против мнения группы. Другой распространенный конфликт этого типа — между группой и руководителем.

Наиболее остро такие конфликты протекают при неадекватности стиля руководства уровню зрелости коллектива, из-за несоответствия компетентности руководителя компетентности специалистов, из-за неприятия нравственного облика руководителя и специалистов. Организации состоят из множества формальных и неформальных групп. Даже в самых успешных организациях между такими группами могут возникнуть конфликты. Неформальные группы, которые считают, что руководитель относится к ним несправедливо, могут крепче сплотиться и попытаться «рассчитаться» с ним снижением производительности. Яркий пример межгруппового конфликта — конфликт между профсоюзом и администрацией.

В зависимости от способа разрешения конфликты можно разделить на две большие группы:

*Компромиссная*, когда допускается несколько вариантов их разрешения за счет взаимного изменения целей участников конфликта, сроков, условий взаимодействия.

*Бескомпромиссная (антагонистическая)*, когда предполагается разрешение противоречия путем разрушения структур всех конфликтующих сторон или отказа всех сторон, кроме одной от участия в конфликте. Эта сторона и выигрывает.

В зависимости от природы возникновения выделяют конфликты:

*Социальные*. Их возникновение обусловлено системой отношений людей, социальных групп, институтов.

*Личностные*, которые возникают в связи с наличием противоречий во внутренней сфере личности. Как правило, связаны с неудовлетворением потребностей отдельной личности.

Для анализа конфликтов в деловой сфере будет удобна классификация Льюиса Альфреда Козера (немецкого и американского социолога, одного из основоположников социологии конфликта), который различает конфликты по критерию реальности-ложности. В соответствии с ней конфликты могут быть:

*Реалистическими (предметными, деловыми)* и вызваны неудовлетворением определенных требований участников или несправедливым, по мнению одной из сторон, распределением между ними каких-либо преимуществ и направлены на достижение конкретного результата. Цели и объект конфликтного взаимодействия являются мотивом (внутренней психологической причиной) таких конфликтов.

*Нереалистическими (беспредметными, эмоциональными)*, источником которых может быть недоверие, основанное на опыте прошлых взаимодействий, антипатия, порожденная необъективными суждениями друг о друге,

сложившиеся стереотипы и т.п. Конфликтное взаимодействие становится здесь не средством достижения конкретного результата, а самоцелью. В связи с этим цель и объект в таком конфликте формируются существующими к этому моменту причинами – сложившимися отношениями.

Анализируя различные принципы и подходы к классификации в научных исследованиях, можно отметить, что конфликты, как узловые точки, в которых переплетены многообразные процессы жизнедеятельности людей, могут быть описаны и систематизированы в иерархические структуры, фиксирующие устойчивые признаки сходства и различия конфликтов.

В основание следующей классификации конфликтов положены подходы многих исследователей. Подобная классификация в первую очередь необходима для профессиональной диагностики конфликтов. Таким образом, относя какой-либо конфликт к определенной иерархической единице — типу, виду, классу и т.д., мы тем самым выделяем несколько диагностических признаков, не зависящих от ценностных установок исследователя, и в этом плане являющихся объективными. Предлагается выделить шесть основных иерархических единиц в систематизации конфликтов, каждая из которых может быть описана в количественных или качественных показателях (виды, предметная группа, семейства, классы, уровни, типы). Систематизация позволяет не только дистанцироваться от конкретного конфликта, но и расширить проблемное поле для профессиональной диагностики и возможности целенаправленного управления ими. Каждый конфликт, как социальный феномен в своей полноте содержит как позитивную, так и негативную составляющую. Важно выделить то, что требует особого внимания, поддержки и развития, и то, что необходимо ограничивать, ослаблять и даже уничтожать в зародыше. Тем самым существует возможность минимизации негативных последствий конфликтов, в которых доминируют иррациональные, стихийные элементы, требующие применения насильственных методов в их разрешении.

Вид является первичной единицей в системе классификации, она должна обладать легко обнаруживаемыми признаками, устойчивыми в организации и содержании связей. Виды обладают наиболее конкретными среди единиц характеристиками, присущими реальной ситуации в определенное общественно-историческое время. основополагающей характеристикой вида является сфера жизнедеятельности: политическая, экономическая, педагогическая, юридическая, семейная, управленческая и т. д. Сфера жизнедеятельности может быть производственной и непроизводственной. Выделяя сферу жизнедеятельности как основополагающую, первичную единицу в иерархической структуре конфликтов, мы тем самым подчеркиваем главную роль социальной (производственной и непроизводственной) организации в фор-

мировании и организации конфликтов. Каждый вид конфликтов имеет свои подвиды, отличающиеся причинами и источниками. Виды конфликтов бывают производственными и непроизводственными.

Производственные (политический, экономический, юридический, экологический, педагогический, организационно-управленческий, научный).

Непроизводственные (национально-этнический, религиозный, ценностный, идеологический, культурный, социально-психологический, информационный)

Следующей иерархической единицей является предметная группа. Различение групп конфликтов основывается на выделении предмета противоречия в конфликте и отнесении его к категории материального или нематериального: материальные (субъектный, финансовый (деньги), предметный (вещи, пища и т. д.), природный, территориальный; нематериальные (идеологический, духовный, нормативный, религиозный, информационный).

Выделяя предметную группу конфликта, мы тем самым очерчиваем границы процедур, например, нормы взаимодействия, ресурсы обеих сторон в конфликте, этические нормы и т. п. По предмету конфликта можно зафиксировать социальный потенциал, физическое, интеллектуальное и эмоционально-психологическое развитие субъектов.

Семейства конфликтов заданы изначальной природой субъекта или объекта — это объективные и субъективные конфликты, которые определяются моделями поведения конфликтующих сторон. Семейства конфликтов: *объективные* (социально-значимые, целесообразные, нецелесообразные, адекватно соотнесенные, неадекватно соотнесенные); *субъективные* (ложно соотнесенные целесообразные, нецелесообразные, замещенные, экспрессивные, вынужденные).

В основу выделения классов положены формы конфликтов: насильственные (война, революция, бунт, драка, самоубийство, теракты, психическая травля, стычки, социальный контроль, тайный сговор, беспорядки, саботаж) и ненасильственные (голодовка, демонстрация, забастовка, стачка, конкуренция, марши). Насильственные конфликты характеризуются наличием угрозы для жизни людей, физическим увечьем, летальным исходом. Подразделяются на физические и нефизические, направленные на управление более слабым субъектом. Главным аргументом является применение силы (физической, политической, экономической, интеллектуальной и т. д.) с целью уничтожения или подчинения себе противника. Ненасильственные конфликты характеризуются отказом от применения любого насилия, используя все интеллектуальные, эмоционально-психологические, законные (правовые) и другие способы взаимодействия людей при разрешении конфликтов.

В основу классификации уровней конфликта положен территориальный масштаб и границы конфликтной ситуации. Масштабность и степень эскалации конфликта отражают количество участников, вовлеченных в конфликт. Конфликты макроуровня: ациональный, межнациональный; конфликты мезоуровня: региональный, межгрупповой; **конфликты микроуровня**: межличностный, внутрличностный, внутригрупповой.

Последней и самой крупной иерархической единицей является тип конфликта. Типы конфликтов определяются в зависимости от выполняемых функций и характеризуются соотношением социальных норм со всеми уровнями социальной организации человечества:

личность – группа – организация – общество – человеческая цивилизация.

В итоге получается теоретическая модель, предполагающая наличие двух основных типов конфликтов, существующих в обществе: *социально-конструктивного (позитивного)* и *социально деструктивного(негативного)*, имеющих ряд отдельных разновидностей. Социально-деструктивные (негативные) конфликты: внешние, внутренние, иррационально-объективные, иррационально-субъективные, традиционно-дисфункциональные, инновационно-дисфункциональные. Социально-конструктивные (позитивные) конфликты: внешние, внутренние, рационально-объективные, рационально-субъективные, традиционно-функциональные, инновационно-функциональные

Социально-конструктивные конфликты протекают в пределах нормативно-правового поля и направлены на сохранение целостности как социальной системы, тогда как социально-деструктивные конфликты находятся за пределами нормативно-правового поля и направлены на разрушение целостности социальной системы. Таким образом, с точки зрения управления вполне понятно, что социально-позитивные конфликты должны быть нормой человеческого общежития, а социально-негативные — патологией. Поэтому основная задача, которая должна быть поставлена перед управленческим персоналом всех уровней, а также перед каждым мыслящим и ответственным человеком – это перевод социально-негативных (деструктивных) конфликтов в социально-позитивное русло. По значению для Организации конфликты делятся на конструктивные и деструктивные. Для *конструктивных* конфликтов характерны разногласия, которые затрагивают принципиальные стороны жизнедеятельности Организации и ее сотрудников, и разрешение этих разногласий помогает вывести организационную структуру и личность на новый, более высокий и эффективный уровень развития. Конструктивный характер конфликт будет иметь только в том случае, если оппоненты не выйдут за

рамки этических норм, деловых отношений и разумных аргументов. *Деструктивный* конфликт возникает в двух случаях: когда одна из сторон упорно и жестко настаивает на своей позиции и не желает учитывать интересы другой стороны; когда один из оппонентов прибегает к нравственно осуждаемым методам борьбы, стремится психологически подавить партнера, дискредитируя и унижая его. Деструктивные конфликты приводят к негативным, часто разрушительным действиям, что приводит к резкому снижению эффективности работы группы или организации. Как уже отмечалось ранее, отсутствие согласия обусловлено наличием разнообразных мнений, взглядов, идей, интересов и т. д. Однако оно не всегда выражается в форме явного столкновения, конфликта. Это происходит только тогда, когда существующие противоречия, разногласия нарушают нормальное взаимодействие людей, препятствуют достижению поставленных целей. В этом случае, при осознании ситуации как конфликтной люди вступают в открытое конфликтное взаимодействие.

Таким образом, конфликт является таковым, при наличии следующих элементов: субъекта конфликта; зоны разногласий, содержащей объект конфликта; представления субъектов о ситуации; мотивы; действия. В конфликте участвуют как минимум, две конфликтующие стороны – отдельные индивиды или целые группы (бывают многосторонние конфликты – между тремя и более сторонами). Кроме того, в конфликте могут быть замешаны и другие участники – сочувствующие (той или другой стороне), провокаторы (подстрекатели), примирители, консультанты, невинные жертвы. Причем стороны взаимозависимы, т. е. обе стороны зависят друг от друга и активность одной обуславливает действия другой. Кроме того, одна или обе стороны оценивают чужие действия как преднамеренно враждебные с целью помешать достижению желаемых целей. Следовательно, ситуация осознается (хотя бы одним из участников) как конфликтная. Конфликт возникает только тогда, когда есть зона разногласий или то основное противоречие, вызвавшее к жизни конфликт. В зоне разногласий находится объект конфликта или то, на что претендует каждая из конфликтующих сторон, достижение чего одним из участников полностью или частично лишает другую сторону возможности добиться своих целей (например, получение права распоряжаться имуществом). Объектов конфликта может быть несколько и основная характеристика каждого из них – *неделимость*. Эта неделимость объекта является одним из необходимых условий существования конфликта. Зона разногласий не всегда легко распознаваема. Нередко участники конфликта сами не очень четко ее представляют. Бывает, что им кажется, что спор разгорелся из-за какого-то пустяка, в котором стоит только одному из спорщиков уступить и

конфликт будет исчерпан. А на самом деле оказывается, что этот пустяк является лишь внешним выражением или случайным и малозначительным проявлением более глубоких расхождений, которые остаются для конфликтантов неосознанными. Дело затрудняется еще и тем, что границы зоны разногласий подвижны. Они в ходе конфликта могут расширяться и сужаться. Конфликтанты часто начинают дискутировать по какому-то делу, но в пылу полемики переходят на личности – и в результате к расхождениям по делу добавляются еще расхождения по поводу оценки поведения, манеры речи и вообще морального облика друг друга. Таким образом, зона разногласий увеличивается, и в ней создаются все новые и новые очаги спора. Когда конфликтанты достигают согласия по какому-то пункту, зона разногласий уменьшается. При ликвидации всех расхождений она исчезает. Участники конфликта с их несовпадающими целями и объектами конфликта образуют конфликтную ситуацию, которая предшествует самому конфликту. Конфликтная ситуация может складываться объективно, помимо воли и желания будущих противоборствующих сторон (например, сокращение штатов в трудовом коллективе), а может быть создана или намеренно спровоцирована одной или обеими сторонами. Но каждая ситуация определяется действительными событиями и ее субъективное значение зависит от того, какое объяснение дает этим событиям каждая сторона, в соответствии с которыми она и начинает действовать в ходе развития конфликта. Таким образом, каждый из участников конфликта составляет свое представление о ситуации, сложившейся в зоне разногласий и охватывающей все связанные с ней обстоятельства. Эти представления очевидно, не совпадают. Оппоненты видят дело по-разному — это, собственно, и создает почву для их столкновения. Конфликт происходит, даже если только один из двоих субъектов воспринимает ситуацию как проявление недружелюбия, агрессии или неправильного, неправомерного образа мыслей и действий другого. Весьма существенно то, что никто не знает, как представляет себе данную ситуацию другой, пока тот не сообщит об этом. Но для возникновения конфликта не имеет значения ни то, действительно ли ситуация такова, какой ее видят, ни то верно ли судят вовлеченные в нее люди об образе мыслей друг друга. Тут вступает в действие принцип, сформулированный социологом У. Томасом: «Если ситуация определяется как реальная, она реальна по своим последствиям». Иначе говоря, если кто-то полагает, что вступил в конфликт, то он и на самом деле оказывается в конфликте. А тот, с кем он конфликтует, может даже не подозревать, что находится в конфликтных отношениях. У каждого человека формируется свой комплекс установок, потребностей, интересов, мнений и т. д., на основе которого он воспринимает и оценивает всё, с чем сталкивается.

На этой основе у него возникают и соответствующие мотивационные состояния: стремления, намерения, интересы, влечения, желания, направленные на реализацию его потребностей. Мотивация определяет процесс, называемый формированием цели. Цель выступает как мысленно представляемый результат, которого индивид хотел в данной ситуации достичь. Бывает, что человек разрабатывает реально недостижимые цели, тогда у него возникают внутриличностные конфликты. Возможно и то, что человек ставит несовместимые цели, если у двух людей их представления о какой-либо ситуации вступают в противоречие и возникают разногласия по каким-либо вопросам. Их мотивы тоже расходятся, например, когда они претендуют на один неделимый объект. Конфликтное поведение направлено на уничтожение планов, интересов противоположной стороны, реализующее стратегии и тактики конфликтного взаимодействия, т. е. чтобы конфликт произошел, нужны действия со стороны оппонентов, направленные на достижение их целей. Первые действия в конфликте называются инцидентом.

Конфликт подобен айсбергу: его действия как-бы образуют «надводную» часть, в отличие от «подводной» (скрытой от непосредственного наблюдения части: зоны разногласий, представлений о ситуации, мотива, цели поведения). Действия являются основным диагностическим признаком конфликта, поскольку по ним зачастую узнают о его начале. Это его видимая и демонстративная часть. Итак, конфликтное взаимодействие есть борьба, в которой действия одной стороны встречают противодействия другой и оказывают существенное влияние на другую сторону. Поведение одного оппонента вызывает соответствующие изменения в поведении другого. Поэтому конфликтующие стороны, так или иначе, воздействуют друг на друга. При этом, если одна сторона нападает, то другая старается предпринять оборонительные действия. Основными видами действий, которые другая сторона оценивает как враждебные являются: создание прямых или косвенных помех для осуществления планов и намерений данной стороны; невыполнение другой стороной своих обязанностей и обязательств; захват или удержание того, что, по мнению одной стороны, не должно находиться во владении другой; нанесение прямого или косвенного вреда имуществу или репутации (например, распространение порочащих слухов); унижающие человеческое достоинство действия, в том числе словесные оскорбления и оскорбительные требования; угрозы и другие принуждающие действия, заставляющие человека делать то, что он не желает и не обязан делать и т. п.

Инцидент, так же, как и конфликтная ситуация, может возникнуть по инициативе оппонентов или одного из них независимо от их воли и желания. В последнем случае речь идет либо о наличии объективных обстоятельств,

например, выпуска некачественной продукции, либо случайности. Чтобы понять динамику конфликта необходимо рассмотреть его энергетику и процесс развития. При рассмотрении энергетики конфликта важно проанализировать как причины и стимулы конфликта, так и баланс сил в конфликте. Всякий конфликт может существовать постольку, поскольку люди затрачивают энергию на поддержание его существования, отдают ему время, душевные силы, здоровье, а иногда и всю жизнь. И чем больше они это делают, тем выше энергетика конфликта, его накал. Следует различать *объективные* и *субъективные* факторы, действие которых толкает людей в конфликт. *Объективные факторы* — это реально существующие в действительности обстоятельства. Они связаны главным образом с условиями бытия, а также с некоторыми существенными социально-психологическими особенностями личности или социальной группы. К условиям бытия, порождающим конфликты, можно отнести социальное неравенство, классовые противоречия в обществе, конкурентные отношения. Конфликты внутри организаций и между организациями часто вызываются такими условиями как ограниченность ресурсов, нечеткое распределение обязанностей и полномочий, плохие коммуникации (это ведет к несогласованности действий, искажению информации). Объективными факторами, связанными с особенностями личности или группы, могут являться, уровень образования, квалификации, интеллектуальное развитие, глубинные, стержневые потребности и установки личности. Различия в этих характеристиках нередко ведут к взаимному непониманию и распаду контактов. Действие объективных факторов, связанных с личностными особенностями показано в басне И. Крылова: «Лебедь рвется в облака, Рак пятится назад, а Щука тянет в воду». В отсутствии согласия между ними повинна их природа: «На лад их дело не пойдет, и выйдет из него не дело, только мука» не потому, что они не хотят, а потому что они в принципе не могут тянуть воз в одном направлении. *Субъективные факторы* представляют собой стимулы к конфликтным действиям, обусловленные иллюзорными кажущимися обстоятельствами. Люди искаженно воспринимают ситуацию, в которой они находятся. Иллюзорные представления об обстоятельствах стимулируют конфликтные действия. Когда два субъекта имеют разные представления об одном и том же, то каждый из них думает, что представление другого иллюзорно. И часто совершенно неясно, чья точка зрения более правильна. Поэтому любое представление может быть названо иллюзорным. Есть несколько типичных иллюзий, заставляющих людей разжигать конфликты. *Иллюзия выигрыша – проигрыша*, когда возникают стремления к двум несовместимым, одновременно не осуществимым целям, то приходится выбирать одно из двух. Если речь идет об индивидах или о

группах, преследующих несовместимые цели, то каждая из них, либо выигрывает, либо проигрывает, третьего тут не дано. Люди начинают бороться за победу и эмоциональный накал растет. Иллюзия, что существует только альтернатива выиграть или проиграть, ведет к обострению конфликта до такой степени, что выигрыш достается слишком дорогой ценой и даже победа уже не дает выигрыша. *Иллюзия самооправдания* выявляется, когда предубеждения направлены в пользу самих себя. Мы склонны оправдывать собственное поведение, преувеличивать достоинства, преуменьшать недостатки или не признаваться в них. *Иллюзия плохого человека* одолевает нас тогда, когда кто-то говорит или действует не так, как нам хотелось бы, это вызывает у нас негативную реакцию. Если поведение человека нарушает наши интересы, то к нему возникает неприязнь. *Иллюзия зеркального восприятия* сочетает в себе две предыдущих. У столкнувшихся сторон возникает симметричное, как в зеркале, восприятие друг друга как в опасениях насчет другой стороны, так и в добродетели. Люди, по мнению исследователей, склонны к двойственности оценок: одна мерка для себя и для того, что нам выгодно или приятно, а другая — для того, кто или что нам не по душе. Если кто-то разносит слух — это сплетня, когда это делаем мы — это интересная новость. Существует очень много факторов, которые могут стать силой, обеспечивающей преимущество в конфликте. Так, во внутриличностном конфликте (например, при борьбе мотивационных тенденций в душе человека) — вероятнее победа той «стороны», которая имеет более высокий энергетический уровень. В межличностном и межгрупповом конфликтах дело обстоит сложнее. Распространено мнение, что такие факторы, как физическая мощь, богатство, связи, высокий статус автоматически обеспечивают непреодолимое превосходство в конфликте. Одним из эффективных средств, с помощью которых можно противостоять вышеуказанным факторам, является информация. Для выбора способа действий в конфликте имеет значение не абсолютная величина энергетических ресурсов, а соотношение или баланс сил, который в ходе конфликта может меняться. Динамика конфликта во многом определяется тем, как стороны создают и используют перевес сил. Стремление решить спор с позиции силы обычно выражается в ультиматумах, угрозах, насильственных действиях с целью добиться от противника подчинения. Нередко стороной создаётся только видимое превосходство. Поэтому объективная оценка баланса сил играет в конфликте очень важную роль. В процессе своего развития конфликт проходит несколько стадий. *Предконфликтная стадия* может отражать ситуацию накануне конфликта. Иногда она может восприниматься участниками как благополучная и тогда конфликт начинается для участников внезапно, под воздействием случайного фактора. Но чаще всего

на этой стадии уже существуют какие-то предпосылки для конфликта. Бывает, что на этой стадии имеется довольно сильная напряженность в отношениях, но она остается скрытой. Подобное положение может сохраняться довольно долго, что может говорить о потенциальном или латентном (скрытом) конфликте. Открытый конфликт включает в себя инцидент — это завязка конфликта. Нередко он возникает по случайному поводу, но на самом деле такой повод может накапливаться на предконфликтной стадии. В ходе эскалации конфликт как бы шагает по ступенькам, реализуясь в серии отдельных актов — действий и противодействий конфликтующих сторон. Эскалация может быть непрерывной — с постоянно возрастающей степенью напряженности отношений и волнообразной, когда напряженность отношений то усиливается, то спадает. Эскалация также может быть крутой, быстро доходящей до крайне резких проявлений враждебности и вялой, т. е. медленно разгорающейся, а то и долго держащейся на одном месте. В этом случае имеет место хронический (затяжной) конфликт, который годами задерживается на этой стадии, а в общественных отношениях (например, классовых, международных) десятилетиями или столетиями не выходит за ее пределы. В некоторых случаях он может переходить на спад и постепенно угасать. При достижении верхней точки эскалации, наступает кульминация. Она обычно выражается в одном взрывном или нескольких эпизодах конфликтной борьбы. При кульминации конфликт достигает максимального накала. Наступает предел терпимости конфликтующих сторон, и у них может возникнуть желание уладить разногласия. Для реализации стадии *завершения конфликта* необходимо сравнить для себя два понятия: цена конфликта и цена выхода из конфликта. Цена конфликта складывается для каждой конфликтной стороны из трех величин: 1) затраты энергии, времени и сил на конфликт; 2) ущерб, наносимый недружелюбными действиями другой стороны; 3) ущерб, связанный с ухудшением общественной ситуации. Цена выхода из конфликта — это разность между потерями и приобретениями, с которыми сопряжен выход. Когда конфликт завершается, то создается *постконфликтная ситуация (стадия)*. Это последствие может быть деструктивным, негативным для жизни конфликтующих сторон, а может быть конструктивным, позитивным, способствующим перемене дел к лучшему, введению полезных инноваций. Поэтому в зависимости от того, какого рода последствия преобладают, конфликт часто называют деструктивным или конструктивным. Уже было отмечено, что конфликт представляет собой предельно обостренную форму противоречия, но он также служит способом выявления и разрешения противоречий, т. к. выполняет не только дезадаптивную, стрессогенную, отвлекающую, антагонистическую, дезинтегративную функции, но и иннова-

ционную, диагностическую, стимуляционную, информативную, интегративную, а также функцию разрядки.

Немецкие специалисты по менеджменту Вернер Зигерт, Лючия Ланг, излагая целостную систему своих представлений о психологических вопросах управления, приводят перечень правил, который дает ориентиры для линии поведения человека в конфликте. Приведём некоторые из них.

*Дайте партнеру «выпустить пар».* Если он в раздражении агрессивен, то нужно помочь снизить внутреннее напряжение. Пока это не случится, договориться с ним трудно или невозможно. Во время его «взрыва» следует вести себя спокойно, уверенно, но не высокомерно. Если человек агрессивен, значит, он переполнен отрицательными эмоциями. Наилучший прием в эти минуты — представить, что вокруг тебя есть оболочка (аура), через которую не проходят стрелы агрессии.

*Потребуйте от него спокойно обосновать претензии.* Скажите, что будете учитывать только факты и объективные доказательства. Людям свойственно путать факты и эмоции. Поэтому эмоции отмечайте вопросами: «То, что Вы говорите, относится к фактам или мнению, догадке?».

*Сбивайте агрессию неожиданными приемами,* например, попросите доверительно у конфликтующего партнера совета. Задайте неожиданный вопрос, совсем о другом, но значимом для него. Напомните о том, что Вас связывало в прошлом с этим человеком и было очень приятным. Сделайте комплимент, например, такой: «В гневе Вы еще красивее ... Ваш гнев гораздо меньше, чем я ожидал, Вы так хладнокровны в острой ситуации ...». Выразите сочувствие: например, тому что он (она) потерял слишком много. Главное, чтобы Ваши просьбы воспоминания, комплименты переключали сознание разъяренного партнера с отрицательных эмоций на положительные эмоции.

*Не давайте ему отрицательных оценок, а говорите о своих чувствах.* Не нужно говорить: «Вы меня обманываете», лучше звучит «Я чувствую себя обманутым»; «Вы грубый человек», лучше скажите: «Я очень огорчен тем, как Вы со мной разговариваете».

*Попросите сформулировать желаемый конечный результат и проблему как цепь препятствий.* Определите вместе с партнером по общению проблему и сосредоточьтесь на ней.

*Предложите оппоненту высказать свои соображения по разрешению возникшей проблемы и свои варианты решения.* Не ищите виновных и не объясняйте создавшееся положение, ищите выход из него. Не останавливайтесь на первом приемлемом варианте, а создавайте спектр вариантов — потом из него выберете лучший. При поиске путей решения помните, что следует искать взаимоприемлемые варианты решения. Вы и партнер должны

быть удовлетворены взаимно. И вы оба должны стать победителями, а не победителем и побежденным. Если не можете договориться о чем-то, то ищите объективную меру для соглашения (нормативы, закон, факты, существующие положения, инструкции и т. д.).

*В любом случае дайте партнеру «сохранить свое лицо».* Не отвечайте агрессией на агрессию. Не задевайте его достоинства. Он этого не простит, даже если и уступит нажиму. Не затрагивайте его личности. Давайте оценку только его действиям и поступкам. Можно ответить так: «Вы уже дважды не выполнили свое обещание», но нельзя говорить: «Вы — необязательный человек».

*Отражайте как эхо смысл его высказываний и претензий.* В разговоре с партнером желательно спросить: «Правильно ли я Вас понял?», «Вы хотели сказать ...?», «Позвольте я перескажу, чтобы убедиться, правильно ли я Вас понял или нет». Эта тактика устраняет недоразумения. Кроме того, она демонстрирует внимание к человеку и уменьшает агрессию.

*Держитесь как на острие ножа в позиции «на равных».* Большинство людей, когда на них кричат или их обвиняют, тоже кричат в ответ или стараются уступить, промолчать, чтобы погасить гнев другого партнера. Обе эти позиции неэффективны. Держитесь твердо в позиции спокойной уверенности (позиция на равных — «взрослая»). Она удерживает партнера от агрессии, помогает обоим не «потерять свое лицо».

*Не бойтесь извиниться, если чувствуете свою вину.* Во-первых, это обезоруживает партнера, во-вторых, вызывает у него уважение.

*Ничего не надо доказывать.* В любых конфликтных ситуациях никто никогда и никому ничего не может доказать. Даже силой. Отрицательные эмоциональные воздействия блокируют способность понимать, учитывать и соглашаться с «врагом». Работа мысли останавливается. Если человек не думает, незачем и пытаться что-то доказывать. Это бесполезное, пустое занятие.

*Замолчите первым.* Если уж так получилось, что Вы потеряли контроль над собой и не заметили, как Вас втянули в конфликт, то попытайтесь сделать единственное — замолчите. Ваше молчание позволяет выйти из ссоры и прекратить её. Если же ни один из участников конфликта не склонен замолчать, то обоих очень быстро захватывает отрицательное эмоциональное возбуждение. Чтобы погасить это возбуждение, нужно убрать то, что его разжигает. Молчание не должно быть обидным для партнера. Чтобы скандал прекратился, нужно молчанием игнорировать сам факт ссоры, отрицательное возбуждение партнера, как если бы ничего этого не было.

*Не характеризуйте состояние оппонента.* Всячески избегайте словесной констатации отрицательного эмоционального состояния партнера: «Ну вот, опять горячитесь! ... Почему вы нервничаете, чего злитесь? ... Чего беситесь?». Подобные «успокаивающие» слова только укрепляют и усиливают развитие конфликта.

*Уходя, не хлопайте дверью.* Ссору можно прекратить, если спокойно и без всяких слов выйти из комнаты.

*Говори, когда партнер остыл.* Если вы замолчали, и партнер расценил отказ от ссоры как капитуляцию, лучше не опровергать этого. Держите паузу, пока он не остынет. Позиция партнера, отказавшегося от ссоры, должна исключать полностью то, что не должно быть обидное и оскорбительное для другого партнера. Побеждает не тот, кто оставляет за собой последнее слово, а тот, кто сумеет остановить конфликт вначале, не даст ему разгона.

*Независимо от результата разрешения противоречия старайтесь не разрушать отношения.* Они всегда должны оставаться на уровне доброжелательности и взаимного уважения. И если Вы сохраните отношения и дадите партнеру «сохранить свое лицо», то Вы не потеряете его как будущего партнера.

Практика преодоления конфликтов в Организации показывает, что при их разрешении могут быть различные исходы. Н. Н. Обозов и Г. В. Щукин в работе приводят следующие исходы [38]:

– *уход от разрешения возникшего противоречия*, когда одна сторона, например, переводит разговор в другое русло, ссылаясь на недостаток времени, несвоевременность конфликта, и оставляет «поле брани»;

– *сглаживание*. Это происходит тогда, когда одна из сторон пытается обойти острые углы в конфликте. Однако при этом все же внутреннее противоречие может сохраняться. В дальнейшем проявление конфликтной ситуации может повториться;

– *компромисс*. Он снимает напряженность во взаимоотношениях сторон, помогают найти оптимальное решение в конфликте.

Большая роль при разрешении конфликтной ситуации отводится руководителю Организации. В практике существуют следующие способы для профилактики, предупреждения конфликтных ситуаций и конфликтов в организации. 1. Ведущая роль руководителя учреждения, непосредственно деловому человеку, менеджеру. 2. Соблюдение принципов справедливости, равномерности распределения заданий (нагрузок). 3. Применение тактики предотвращения конфликтов. Результативность функционирования Организации зависит от профессиональной подготовки руководителя и владения им арсеналом алгоритмов разрешения конфликтов в коллективе. Приведем один

из них: анализ конфликтной ситуации; выявление личностных особенностей участников конфликта; сбор разнообразной информации о конфликте и его участниках; выбор стратегии управления конфликтной ситуацией; собеседование с участниками конфликта; конкретные шаги по устранению причин конфликта; создание общественного мнения, направленного на разрешение конфликта; использование по необходимости правовых или административных мер по устранению причин конфликта. Руководителю приходится разрешать конфликты не только в деловой, но и личностно-эмоциональной сфере. При их разрешении применяются различные группы методов, облегчающих поиск мирного выхода из конфликта. Первая группа направлена на предотвращение развития насильственной стадии развития конфликта (учет психологии интересов участников конфликтующих, беседа, просьба, убеждение, принципиальные переговоры, психотренинг, психотерапия и др.). Вторая направлена на разрешение противоречий (четкая формулировка требований, принцип единоначалия, установление общих целей, система поощрения на основе продуманных критериев эффективности и др.). Третья направлена на снижение противостояния сторон, отказ каждого участника от односторонних действий и переход к поиску совместного решения проблемы (подавление требований, перевод на другую работу, разъединение конфликтующих административными мерами, решение конфликта на основе приказа руководителя организации или решения суда и др.). При разрешении конфликта необходимо учитывать, что в нем могут участвовать различного типа конфликтные личности. Роберт Брэмсон выделяет следующие типы:

а) агрессист, которому свойственно говорить грубые и бесцеремонные, задирающие других колкости и раздражающийся, если его не слушают. Как правило, за его агрессивностью скрывается боязнь раскрытия его некомпетентности;

б) жалобщик — человек, охваченный какой-то идеей и обвиняющий других во всех грехах, но сам ничего не делающий для решения проблемы;

в) разгневанный ребенок — человек, относящийся к этому типу, по своей природе не зол, а взрыв эмоций отражает его желание взять ситуацию под свой контроль;

г) максималист — человек, желающий чего-то без промедления, даже если в этом нет необходимости;

д) молчун держит все в себе, не говорит о своих обидах, а потом срывает зло на ком-то;

е) тайный мститель — человек, причиняющий неприятности с помощью каких-то махинаций, считая, что кто-то поступил неправильно, а он восстанавливает справедливость;

ж) ложный альтруист — человек якобы делающий нам добро, но в глубине души сожалеющий об этом, что может проявляться в виде саботажа, требования компенсации и т. п.;

з) хронический обвинитель — человек, выискивающий ошибки других, считая, что он всегда прав, а, обвиняя можно решить проблему.

При контакте руководителя с конфликтной личностью нужно иметь в виду, что у таких людей есть некоторые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлыми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким образом. Следует взять под контроль свои эмоции и дать выход эмоциям этого человека, если есть намерение продолжить с ним общаться. Не принимать на свой счет слова и поведение данного человека, зная, что для удовлетворения своих интересов трудный человек так ведет себя со всеми. При выборе подходящего стиля действия в конфликтной ситуации следует учитывать, к какому типу людей он относится. Если мы считаем необходимым продолжение общения с конфликтным человеком, мы должны настаивать на том, чтобы он говорил правду, неважно какую, т. к. необходимо убедить его в том, что наше отношение к нему будет определяться тем, насколько он правдив с нами и насколько последовательно он будет во всем с нами соглашаться. Это позволит руководителю успешно разрешать, возникающие по разным причинам различного вида конфликты. Кроме того, каким бы ценным опытом в разрешении конфликта ни обладал руководитель, важнейшим направлением его деятельности в коллективе должна быть профилактика конфликтов. Не доводить дело до конфликта, не допускать напряженности — самое главное в профилактике, более сложное, чем разрешение уже возникшего конфликта. Для успешного выполнения своей профессиональной деятельности необходимо формировать у себя культуру разрешения возникающих конфликтов (личных, межличностных и др.) и придерживаться определенных правил в зависимости от ситуации. Специфической особенностью делового общения является то, что оно сопровождает любую человеческую деятельность. От содержания и характера его в значительной мере зависит его эффективность. Необходимо учитывать, что в реальной жизнедеятельности человеку приходится постоянно вступать в межличностные отношения, в процессе которых устанавливаются соответствующие виды общения и принятия решений. Поэтому важно использовать такие формы организации образовательного процесса, которые моделировали бы не только содержание какой-то деятельности, но и отношения, в которые вступают люди в процессе её выполнения. Однако ни один из рассмотренных стилей поведения в конфликтной ситуации не может быть выделен как самый лучший. Желательно научиться эффективно использовать каждый из них и сознатель-

но делать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства. Таким образом, в конфликтной ситуации или в общении с трудным человеком следует использовать такой подход, который в большей степени соответствовал бы конкретным обстоятельствам и при котором мы могли бы чувствовать себя наиболее комфортно. Наилучшими советчиками в выборе оптимального подхода к проблеме разрешения конфликта являются опыт, желание не усложнять ситуацию и не доводить человека до стресса. Можно, например, добиться компромисса, приспособиться к нуждам другого человека (особенно партнера или близкого человека); настойчиво добиваться осуществления своих истинных интересов в другом аспекте; уклониться от обсуждения конфликтного вопроса, если он не очень важен для вас; использовать стиль сотрудничества для удовлетворения наиболее важных интересов обеих сторон. Поэтому лучшим способом разрешения конфликтной ситуации является сознательный выбор оптимальной стратегии поведения. Необходимым условием эффективности образовательного процесса должно быть вовлечение в общение всех субъектов деятельности в качестве равноправных партнеров. Характер и стиль общения для реализации стоящих перед нами целей имеют важное педагогическое значение. Для достижения поставленных целей могут быть использованы лекционные занятия, самостоятельная работа, занятия в игровой форме, обучение на конкретных ситуациях, профессиональные дискуссии, моделирование конфликтных ситуаций и др. Это позволит добиться высоких результатов не только в освоении знаний, но и в овладении способами продуктивного мышления, коммуникативных умений и навыков.

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. Постройте классификационную схему конфликтов. Дайте краткую характеристику конфликтам по каждому уровню.
2. Какие структурные компоненты можно выделить в конфликте? Проиллюстрируйте на конкретном примере.
3. Какие стадии проходит в своем развитии конфликт? Охарактеризуйте их
4. Определите и охарактеризуйте основные функции конфликтов.
5. Назовите формы и методы активного общения как способа преодоления конфликта.
6. Раскройте особенности стратегии поведения в конфликтной ситуации.
7. Назовите основные способы профилактики предупреждения конфликтных ситуаций.

8. Назовите типы конфликтных личностей и дайте их краткую характеристику.

#### *Список литературы*

1. Король Л. Г., Малимонов И. В., Рахинский Д. В. Конфликтология : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям 37.04.01 Психология, 38.04.02 Менеджмент, 38.03.03 Управление персоналом. – Ульяновск : Зебра, 2015. – 248 с.

2. Скибицкий Э. Г., Скибицкая И. Ю. Основы делового общения : учебное пособие. – Новосибирск : НГАСУ, 2008. – 388 с.

3. Егоров В. П. Этика деловых отношений : учеб. пособие. – М. : Юридический институт МИИТа, 2016. – 142 с.

### **2.7 Имидж делового человека**

Имидж – сложное социально-психологическое явление, которое можно рассматривать с разных точек зрения. Исходя из различных оснований, ученые пытаются выделить типы имиджа и раскрыть специфику каждого из них.

Е. Б. Перельгина классифицирует имидж с точки зрения его *носителя*.

*Индивидуальный* — образ индивида, человека.

*Групповой* — обобщенный образ социальной группы.

*Предметный* — образ вещи или неодушевленного объекта.

*Корпоративный* — образ организации.

Ф. Джевкинз, сторонник *функционального* подхода, выделяет следующие типы имиджа:

1) *Зеркальный* — имидж, свойственный нашему представлению о себе.

2) *Текущий* — вариант имиджа, характерный для взгляда со стороны.

3) *Желаемый* — тип имиджа, который отражает то, к чему мы стремимся.

4) *Корпоративный* — имидж организации.

5) *Множественный* — вариант имиджа, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации.

Английская исследовательница Э. Сэмпсон, говоря о личностном имидже, выделяет в зависимости от сочетания *внешних и внутренних факторов* три вида: *самоимидж*, *воспринимаемый имидж* и *требуемый имидж*. Эта типология отражает взгляд на имидж с разных позиций: со стороны своего «я» и со стороны других людей, со стороны реалий и со стороны желаний.

*Самоимидж* вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения, доверия к себе.

*Воспринимаемый* имидж — это то, как нас видят другие. Естественно, что эта точка зрения может отличаться от собственной. Мы часто не знаем, как к нам относятся на самом деле, как в наше отсутствие о нас отзываются.

*Требуемый имидж.* Ряд профессий требует определенных имиджевых характеристик. В некоторых случаях этому способствует тип одежды. Военная форма, судебная мантия, царская корона — все это имиджевые знаки, указывающие на исполнителей конкретных ролей.

С точки зрения того, какие *средства* создают образ, А. Ю. Панасюк выделяет следующие типы индивидуального имиджа: габитарный, вербальный (от лат. *verbalis* — «словесный»), кинетический, овеществленный, средовой.

Под *габитарным имиджем* понимают внешний образ человека.

В понятие *вербального имиджа* включен арсенал собственно *языковых средств* (лексика, модели построения предложений и т. д.) и *околоречевые средства* (интонация, паузы, темп, ритм, громкость).

*Кинетический имидж* — это образ человека, формирующийся на основе восприятия его взгляда, мимики, жестов, типичных движений.

*Овеществленный имидж* — это раскрытие личности в продуктах ее профессиональной и творческой деятельности, предметах, вещах, которые он создал.

*Средовой имидж* создает представление о человеке по искусственной среде его обитания: кабинету, жилищу, автомобилю и т. д.

В условиях конкуренции на рынке труда профессиональные навыки сами по себе еще не обеспечивают человеку успешную реализацию бизнес-проектов и не создают позитивную репутацию в деловых кругах. Для этого необходимо уметь представить себя обществу: коллегам и руководству, партнерам и клиентам, представителям властей и средств массовой информации. Деловому человеку необходимо работать над своим имиджем, то есть создавать своеобразный публичный портрет, который является отражением его деловых и личностных качеств. Целенаправленно сформированный имидж демонстрирует лучшие качества человека, создает ореол привлекательности, что позволяет ему привлечь к себе внимание, в короткий срок установить доброжелательные отношения в определенной социальной среде. Понятие имиджа ввел в деловой и научный оборот, обосновал его полезность для делового преуспеяния американский экономист К. Болдуинг в 60-х гг. XX в. Благодаря работам российского ученого В. М. Шепеля в 90-е гг. XX в. началось развитие имиджологии как самостоятельной научно-прикладной области знания. Исследователи выделяют следующие свойства имиджа как явления. Имидж упрощен по сравнению с объектом (носителем имиджа),

публичным портретом которого он является. Личность человека сложнее и противоречивее, нежели его образ. Имидж подчеркивает уникальность объекта. Это образ индивидуальный. Имидж в определенной степени идеализирует свой прообраз: либо преувеличивает его преимущества, либо наделяет объект дополнительными социальными, психологическими качествами в соответствии с ожиданиями тех, на кого нацелена имиджевая информация. Имидж — формируемый эмоционально окрашенный образ, который всегда формирует определенное отношение к объекту восприятия. Имидж устойчив, но одновременно подвижен и изменчив: корректируется, адаптируется к текущей ситуации. Специалисты признают, что имидж зависит от многих факторов и не является чем-то однажды заданным. Он изменяется в соответствии с переменами в самом объекте или в восприятии аудитории имиджа. Создание или преобразование имиджа может осуществляться как профессионально (с привлечением определенных методов и специалистов-имиджмейкеров), так и стихийно. Но в любом случае имидж является результатом определенной активности со стороны субъекта. Имидж возникает тогда, когда некто стремится (сознательно или бессознательно) корректировать восприятие аудиторией образ. В качестве аудитории имиджа выступает социальная группа.носителем имиджа может быть человек, группа людей, организация, народ, страна, а также отдельные сферы жизнедеятельности государства: власть, экономика, политика и т. п. Имидж чаще всего выступает как образ, возникший в психике аудитории в результате восприятия внешних и внутренних характеристик его носителя. Итак, большинство специалистов в области имиджологии выделяют следующие *свойства имиджа* как явления: упрощенный, индивидуальный, идеализированный, эмоционально окрашенный, устойчивый, формируемый образ. Имидж помогает формировать необходимое отношение аудитории к человеку, повышает эффективность деловых коммуникаций. Основными *функциями индивидуального имиджа*, по мнению В. М. Шепеля, являются: создание ореола привлекательности, комфортизация межличностных отношений, обретение уверенности в себе, межличностная адаптация, высвечивание лучших личностно-деловых качеств, затенение негативных личностных характеристик, привлечение внимания аудитории, преодоление возрастных рубежей.

В рамках данного учебного пособия мы рассмотрим основы формирования индивидуального имиджа делового человека. В настоящее время в специальной литературе можно встретить множество определений индивидуального имиджа. Ученые и практики включают в это понятие не только внешность человека, но и его социально-психологические особенности. Под имиджем обычно понимают образ, возникший в результате восприятия

внешних и внутренних характеристик человека. Лишь отдельные специалисты, которые в своей практической деятельности занимаются созданием привлекательной внешности клиента, употребляют термин «имидж», подразумевая под ним прическу и стиль одежды. По мнению многих специалистов в настоящее время борьба на рынке в основном ведется не между фирмами, а между их имиджами. При общении с представителями фирмы, знакомстве с ее товарами, услугами в восприятии партнеров, хотим мы этого или не хотим, складывается определенный образ. Имидж не является самоцелью. Когда человек занимается деятельностью по самосовершенствованию, он предполагает, что имидж нужен для достижения определенных целей: привлечения работодателя, установления доброжелательных отношений в коллективе, повышения по службе и т. п. Вернемся к определению понятия «имидж» В. М. Шепеля, доктора философских наук, профессора, создателя такого научно-исследовательского направления, как *имиджелогия*. Виктор Максимович дает такое определение: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» и выделяет следующие функции целенаправленно формируемого индивидуального имиджа. Ценностные функции:

*Личностно возвышающая.* С помощью эффективного имиджа вокруг личности создается ореол привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств.

*Комфортизация межличностных отношений.* Обаяние людей объективно привносит в общение больше симпатии и доброжелательности, терпимости и такта.

*Психотерапевтическая.* Личность, благодаря осознанию своей незаурядности и повышению коммуникабельности приобретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе.

Технологические функции:

*Межличностная адаптация.* Благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, установить доброжелательные отношения.

*Высвечивание лучших личностно-деловых качеств.* Благоприятный имидж дает возможность представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение.

*Затенение негативных личностных характеристик.* Посредством макияжа, гармонично подобранных одежды, аксессуаров, прически и т. д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек.

*Организация внимания.* Привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей, а потому их психологически легче расположить к тому, что говорит или демонстрирует человек.

*Преодоление возрастных рубежей.* Удачный выбор моделей поведения и исполнение различных социальных ролей позволяет комфортно себя чувствовать в общении с людьми разного социального и профессионального статуса, независимо от собственного возраста.

Если речь идет об индивидуальном имидже, то его составляющими являются все воспринимаемые проявления человека: внешность, поведение, события, характеризующие его, формирующие представление о его ценностях. Очень важный элемент — *речь*. По словарному запасу, красоте и логичности речи, ее стилистической сложности, использованию профессиональных терминов и др. создается впечатление об уровне образованности и общей культуре человека, его профессиональной принадлежности, социальном статусе. Через речь формируется вербальный имидж. Не все умеют достаточно четко и ясно излагать свои мысли в экспромт-речи, то здесь уместна поговорка «Слово — серебро, а молчание — золото». Рассмотрим более подробно, какие задачи в процессе коммуникаций помогает решать имидж. Имея символическую природу, имидж как совокупность символов даёт возможность аудитории в процессе их восприятия интерпретировать и «домысливать» образ, исходя из ее социального опыта. В связи с этим при создании имиджа необходимо учитывать, каким образом тот или иной его элемент может быть воспринят общественностью. *Неязыковые средства*, включенные в речевое сообщение, такие, как: распределение пауз, покашливание, смех, — изучает специальный раздел языкознания *паралингвистика* (от греч. *пара* — «около» + «лингвистика» от лат. *lingua* — «язык»). Такие *ритмико-интонационные стороны речи*, как высота голоса, громкость голосового тона, тембр голоса, сила ударения, относятся к *просодике* (от греч. *prosōdia* — «припев», «ударение»). То, как говорит человек — четко или невнятно, громко или тихо, выразительно или монотонно, — производит определенное впечатление на аудиторию. Были проведены исследования, показывающие, как связаны высота голоса с восприятием возраста человека: высокий голос в сознании аудитории связывается с молодостью и инфантильностью, а низкий — со зрелостью и мудростью. Однако такая характеристика голоса в реальности не является показателем психологических особенностей человека. В то же время громкость речи действительно психологически характеризует носителя имиджа и указывает на степень его активности. *Телесные проявления* человека во время речи — жесты, мимика, походка, поза, контакт глазами, изучает наука о невербальном поведении человека — *кинесика* (от греч. *kinetikos* —

«двигательный»). Психологи сходятся во мнении, что через кинесику проявляются подсознательные установки человека. Например, австралийский писатель нашего времени, Аллан Пиз, известный как «Мистер язык тела», автор известной книги «Язык телодвижений», переведенной на множество языков, отмечает, что раскрытые ладони ассоциируются с честностью, но, когда обманщик раскрывает нам свои объятия и улыбается, микросигналы его организма выдают потайные мысли. Это могут быть суженные зрачки, поднятая бровь или искривление уголка рта. Все эти сигналы противоречат раскрытым объятиям и широкой улыбке. Тем не менее, можно сознательно использовать отдельные жесты, работать над осанкой и походкой для оказания благоприятного впечатления на аудиторию.

Совокупность всех данных внешности (телосложение, рост, цвет волос, цвет кожи, состояние здоровья, прическа, одежда, макияж, аксессуары и т. д.) называют *габитусом* (от лат. *habitus* – «внешность»). Это понятие взято из ботаники, где габитус или облик (внешний вид) растения определяется происхождением его ветвей, их числом, продолжительностью жизни и формой всей системы ветвей. В социологии термин применили в своих работах Марсель Мосс и Норберт Элиас, однако разработал и представил его в такой форме, в которой он используется в современной социологии французский социолог, этнолог, философ и политический публицист XX века Пьер Бурдьё. Габитус является одним из основных понятий в его теории — системе приобретённых схем, действующих на практике как категории восприятия и оценивания или как принцип распределения по классам, в то же время как организационный принцип действия. Именно особенности внешнего вида создают основу для формирования впечатления при первой встрече. Так, костюм в деловой среде служит своеобразным кодом, по которому судят о солидности и надёжности бизнесмена.

Поведение человека, связанное с *тактильной системой восприятия*, — рукопожатия, поцелуи, похлопывания, объятия и т. п., открывает нам наука *такесика* (от греч. «прикоснуться»), изучающая различные формы прикосновения, электромагнитное, эмоциональное, гравитационное воздействие, а также различные иррациональные раздражители. Часто особенности рукопожатия раскрывают характер человека и его отношение к своему собеседнику. *Пространственные условия общения*, взаиморасположение собеседников изучает область социальной психологии и семиотики — *проксемика* (от греч. *proksimos* – «близкий»). Цари, короли не случайно всегда располагались выше своих придворных. *Запахи* косметики и тела — это *ольфакторные знаки*, значение которых раскрывает нам ольфаторика (от лат. *olfactorius* – «имеющий отношение к запаху») — область знаний, изучающая воздействие

ароматов на мозг. Особенности почерка (размер букв, наклон и др.) раскрывают определенные личностные особенности человека. Личные вещи носителя имиджа, личное или рабочее пространство могут раскрывать эстетический вкус, социальный статус человека и др. Хобби, творчество (картины, книги, статьи, коллекции одежды и т. п.) раскрывают индивидуальность человека. Поведение или поступки, совершенные носителем имиджа, чаще всего непосредственно на глазах воспринимающей аудитории, дают основу для суждений о мотивах и ценностях человека, формируя его репутацию (от лат. *reputation* – «обдумывание», «размышление») — общественную оценку, сложившееся общее мнение о достоинствах или недостатках. Часто характеристики социального окружения человека приписывают ему самому. Также знаковой информацией, формирующей имидж делового человека, может быть индивидуальный сайт или личная страница в Интернете.

Речевой этикет рассматривался отечественными исследователями обычно как самостоятельная дисциплина этико-педагогического характера, содержащая рекомендации речевого поведения в определенных ситуациях общения. В традициях ряда стран Европы и США речевые правила поведения носят регламентирующий, обязательный характер. Существуют также ограничения и запреты на определенные темы, фразы, отдельные слова и даже интонации и тембр голоса. Таким образом, существует не только национальная специфика речевого общения в этикетной форме, но и национальная специфика в самом отношении к речевому этикету либо как к возможным вариантам речевого поведения в данной ситуации, либо как к нормированию речи.

Речевой имидж является неотъемлемой частью общей профессионально-педагогической культуры современного педагога: речь является средством преподавания, формирующим речевую культуру учащихся и служащим для них образцом. Поэтому на современном этапе подготовки будущих учителей встает проблема развития их речевого имиджа. В условиях рыночной экономики становится очевидным, что речевой имидж специалиста стал играть важную роль в его профессиональной деятельности, а вузы (с учетом компетентностного подхода) должны подготовить выпускника к выполнению коммуникативных и управленческих функций. Кардинальные изменения, происходящие в социально-экономической, политической, культурных сферах современного российского общества, повлекли за собой реформирование системы образования в направлении повышения качества профессиональной подготовки будущих учителей. Современное развитие общества требует специалистов с новыми знаниями, умениями и навыками. Важная роль в требованиях современного общества к специалистам отводится социальной вос-

требованности в активных, компетентных членах общества, отвечающим стратегическим направлениям социально-экономического развития страны. Закон РФ «Об образовании» в качестве одной из основных задач называют «достижение необходимого уровня будущими учителями лингвистического образования и речевого развития». С помощью речи педагог передает определенную информацию, развивает и обогащает интеллект учащихся, побуждает к деятельности, управляет вниманием, образует мир их представлений и понятий. Поэтому важно, чтобы речь преподавателя обладала логичностью и точностью, грамматической правильностью, оригинальностью и уместностью. Качество усвоения знаний учащимися зависит от точности формируемых педагогом предложений и понятий. Речь педагога должна быть направлена на создание благоприятного психологического климата с использованием эмпатической речевой коммуникации. Неправильное педагогическое общение рождает страх, неуверенность, ослабление внимания, памяти, работоспособности, нарушение динамики речи у учащихся. Поэтому важнейшей составляющей профессионального имиджа современного педагога является его коммуникативное мастерство. Педагог — речевая профессия: именно в коммуникационной деятельности в конечном счете реализуются научность, проблемность, последовательность, природо- и культуросообразность. Коммуникативное образование направлено на формирование навыков публичного выступления, межличностного общения и групповой коммуникации как на основные коммуникативные умения. Вместе с тем следует заметить, что коммуникативно организованное образование не может быть ориентируемым лишь на разработку курсов коммуникативного характера. Оно предполагает и использование таких форм и методов преподавания, которые бы способствовали развитию личностных качеств, востребованных в современном мире. Идеи коммуникативного образования выражаются как в опытах построения соответствующих онтологий, так и в разработке конкретных моделей учебного процесса, призванных заменить ныне действующие педагогические устройства. Задачи, которые ставит такое коммуникативное образование, связаны с тем, чтобы научить специалистов гуманитарного профиля эффективно строить коммуникативный процесс и управлять им. При таком подходе коммуникация вводится в образование как отдельное дисциплинарное поле знания с целью подготовки будущего специалиста к тому, чтобы быть «грамотным коммуникатором», что может рассматриваться как важная задача в процессе профессионализации и преобразования социальных отношений. Одним из компонентов профессионального коммуникативного образования является формирование речевой составляющей профессионального имиджа

(речевого имиджа), во многом определяющей гуманитарное начало в деятельности специалиста.

Л. С. Полякова, искусствовед, заслуженный работник культуры РФ, член-корреспондент Российской академии художеств считает, что в настоящее время речевой имидж, являясь сложным явлением, затрагивающим, в большой степени, социальную сторону жизни общества, входит в сферу исследовательских интересов таких дисциплин, как функциональная стилистика, культура речи, риторика и др. Людмила Сергеевна Полякова исследует проблему речевого поведения.

Жан-Франсуа Лиотар, французский философ XX века, говорит о том, что в обществе, где коммуникационная составляющая очень важна, языковой аспект приобретает особое значение. Образовательные коммуникации в языковой подготовке сводятся к общению, а коммуникативное образование — к созданию естественной ситуации общения. Коммуникативный подход становится альтернативой грамматическому. Задача такого образования состоит в том, чтобы научить людей общаться.

Театральный педагог, советский и российский актёр театра Владимир Сергеевич Сулимов считает, что речевой имидж есть система типичных для данного индивидуума речевых реакций и способов порождения связного текста, способствующих либо препятствующих достижению позитивных целей общения: сообщение, воздействие и проявление эмоции. Он говорит о том, что проблема развития речевого имиджа, рассматривавшаяся ранее в пределах стилистики, риторики и речевого этикета как прикладных лингвистических дисциплин, формируется под воздействием прикладных задач в самостоятельную исследовательскую проблему, находящуюся на стыке лингвистики, психологии, социологии, информатики и теории мышления. Тем не менее, в узком смысле проблема развития речевого имиджа представляет собой прикладную лингвистическую проблему, обладающую достаточной научной самостоятельностью. В. А. Сулимов выделяет три аспекта в проблеме развития речевого имиджа: собственно лингвистический, экстралингвистический и педагогический. В собственно лингвистическом смысле речевой имидж включает в себя речевые средства эффективного взаимодействия партнеров в той или иной речевой ситуации (средства риторики) и конвенциональные (договорные) социально обусловленные средства общения (речевой этикет). Эти два типа средств обуславливают конструктивный каркас речевого имиджа индивидуума. К экстралингвистическому аспекту речевого имиджа индивидуума относятся мимика и жесты как одно из эффективнейших средств передачи информации. Они являются признаками образности и знаковости, присущие одновременно языковым (словам), мен-

тальным (образам, представлениям) и логическим единицам (понятия, логические пропозиции). Кроме того, мимике и жестам присущи речевые (коммуникативные) функции: передача информации, выражение эмоции, контактоустанавливающие функции. Педагогический аспект речевого имиджа — это система постановки речевого имиджа и система упражнений речевого и неречевого характера. Он является абсолютно новым для методики преподавания языка и требует отдельного и подробного рассмотрения. Педагогическое мастерство проявляется в ситуациях нацеленного воздействия и тщательно организованного взаимодействия со слушателями. Важнейшая форма реализации такого мастерства — речь, составляющая важнейший аспект профессионального имиджа преподавателя. Еще до начала общения имиджевыми факторами выступают облик преподавателя, готовность к лекции, нацеленность на взаимодействие. Имидж создается информацией о входящем преподавателе, что проистекает из первого впечатления от него. Первое впечатление, которое складывается у людей от внешнего вида выступающего, способствует формированию их общей социальной установки, симпатии или антипатии, самоорганизации к слушанию или выражению скепсиса по поводу того, что еще не сказал коммуникатор. Это эффект имиджа, он перерастает в конструирование настоящего профессионального имиджа педагога с началом речевого воздействия и взаимодействия, с самопредъявления преподавателя любого предмета в качестве языковой личности. Как только начинается собственно диалог, учитель постоянно регулирует процесс общения, стимулирует участие в нем собеседников, корректирует решение учебных задач. И при этом невербальные составляющие педагогического имиджа уступают место речевому процессу, в котором выделяются приоритетные аспекты: знание языка и владение его ресурсами как принципиальный фактор педагогического мастерства, коррелирующегося с профессиональным имиджем; под воздействием эффекта первых фраз наиболее интенсивно формируется имидж педагога: начало любого общения предполагает акцентирование внимания и установление интереса яркими фактами и актуальными проблемами, подчеркивая их значимости для аудитории, задает основные характеристики коммуникации, оказывает важнейшее влияние на формирование имиджа педагога, способствующего или препятствующего взаимодействию; умение поддерживать психологический контакт с аудиторией: такое эмпатическое взаимодействие предполагает рассуждение о проблемах, стоящих перед каждым, а общение корректируется благодаря постоянному включению фактора обратной связи, вовлекающего учеников в диалог, создающего иллюзии коммуникации при монологическом обращении, приучающего учеников активнее участвовать в происходящем, интенсивнее размышлять,

точнее формулировать мысли; конструирование требуемого положительного имиджа осуществляется при работе над так называемыми негативными коммуникативными сценариями – это проявление агонистического барьера коммуникации, когда ученики словно состязаются с педагогом за право на коммуникативное лидерование; умение учителя формулировать материал как систему проблем и задач, требующих совместного изучения или разрешения.

Член Международной Лиги имиджмейкеров, преподаватель высшей школы Виктор Георгиевич Орешкин в своих исследованиях определяет речевой имидж как выражение профессионального качества в контексте профессионального образования и целенаправленная презентации определенных личностных характеристик в условиях коммуникации речевыми средствами. В профессионально-педагогической деятельности речевой имидж превращается в основополагающий, профессионально значимый фактор, становится инструментом воздействия, а все его функции и задачи усложняются, поскольку из общечеловеческих аспектов перерастают в профессионально творческие. Профессиональное владение речью важно для педагогов всех ступеней образования. Речевой имидж служит не только показателем духовного богатства, культуры мышления и поведения педагога, но и одновременно является могучим средством формирования личности ребенка. В. Г. Орешкин пишет, что для реализации цели развития речевого имиджа специалиста необходимы как теоретические, так и методические предпосылки, к ним можно отнести: выделение речевого компонента в структуре профессионального имиджа применительно к специфике профессии. Его структуру составляют: сущность профессии (природа профессионального качества), личностные особенности, речевая ситуация; знание закономерностей и логики речевого развития специалиста с учетом парадигмальной, культурологической специфики его профессии, а также особенностей профессионального образования. Эта логика включает следующие этапы в качестве инвариантных компонентов содержания речевого имидж-образования:

- координации мотивации, формулировка запроса, определение образовательных условий и отношений, рефлексия над понятиями «профессиональное качество», «имидж», «речевое поведение»;
- диагностики речевых особенностей, формирование позитивной установки на самоисследование и рефлексия по поводу речи и профессии;
- разработки персонифицированного содержания имидж-образования; освоение теоретических положений, основ имиджелогии, риторики, конфликтологии, действенного анализа;
- практического тренинга речевых умений и навыков;

- обратной связи и рефлексии на ее основе;
- прогноза профессионально-речевого развития и саморазвития.

Советский и российский психолог Александр Юрьевич Панасюк считает главными составляющими речевого имиджа интеллектуальный коэффициент человека и его словарный запас, а также неразрывно связывает кинетический или невербальный имидж с речевым. Следовательно, речевой имидж отображает уровень образованности индивида.

Доктор филологических наук, профессор Е. В. Осетрова выделяет содержательный (диалогичность, монологичность) и коммуникативный (предпочтения речевых жанров) аспекты речевого имиджа. В определении речевого имиджа Елена Валерьевна Осетрова говорит и о понятии «Речевая манера» как важнейшей составляющей имиджа, в отличие от текстовой. Речевая манера неотделима от человека и фактически присвоена ему; она включает:

- 1) языковую компетенцию, т. е. знание языковой системы: орфоэпических, лексических и грамматических норм;
- 2) речевую культуру, т. е. владение общими коммуникативными и уже — речевыми установками, выработанными в коллективе. Они состоят в освоении правил речевого поведения («не будь категоричен», «не говори неприятностей собеседнику», «будь точен»), в знании норм этикета, в умении «исполнять» типичные коммуникативные роли;
- 3) коммуникативную мобильность как способность точно определять возникшие коммуникативные обстоятельства (сферу, ситуацию и пространство общения, тип адресата), а отсюда — правильно выбрать речевой жанр, стратегию и тактику взаимодействия. Без всего этого велик риск потерпеть коммуникативную неудачу, не добившись поставленной цели общения;
- 4) речевую самостоятельность как умение порождать оригинальные тексты, будучи свободным от затверженных штампов, от необходимости «озвучивания» чужих речей.

Относительная автономность текстового и речевого компонентов порождает проблему асимметрии речевого имиджа, когда наблюдается противоречие между прекрасной идейной (текстовой) обеспеченностью и — речевой ущербностью субъекта (косноязычный руководитель, отличник-«затворник») либо, напротив, между коммуникативной свободой и — содержательной пустотой (болтун, словоблуд, сплетница, «пустышка»). Умения и навыки в перечисленных областях повышают эффективность общения и положительно сказываются на имидже личности в целом. С учётом вышесказанного эффективна следующая последовательность формирования речевого имиджа: определение коммуникативной сферы, в которой предстоит действовать (бизнес, парламентская или благотворительная деятельность и т. д.)

— изобретение основных идей на уровне ключевых слов, лозунгов-императивов, временных моделей — вычленение важнейших ситуаций внутри самой сферы (переговоры, деловые встречи, приёмы, рабочие совещания) — тренинг по овладению речевыми навыками, актуальными в каждой ситуации и в зависимости от распределения коммуникативных ролей. Небесполезен в этой связи метод самоанализа по результатам аудио- и видеозаписей, а также изучение речевых портретов известных коммуникантов: политиков, деятелей шоу-бизнеса, персонажей светской жизни.

Доктор филологических наук, профессор Т. В. Шмелева определяет следующие жанровые типы в зависимости от цели высказывания: информативные (донесение информации), императивные (указание), оценочные и этикетные (отношения, предусмотренные этикетом общества). Наличие данного аспекта позволяет судить об уровне воспитанности индивида и его отношения к собеседнику. Татьяна Викторовна подчеркивает, что актуальность различения этих четырех типов речевого жанра подтверждается тем, что для некоторых из них языком выработаны особые грамматические формы, т. е. к воплощению речевого жанра привлечен огромный массив разнообразных языковых средств. Например, с помощью паралингвистических средств широко используются знаки отказа, согласия, предостережения, одобрения и т. п. или за счет «маскировки» жанров, когда задачи, свойственные одному речевому жанру, решаются с помощью другого, при этом достигаются дополнительные речевые эффекты. Главным жанрообразующим признаком является *коммуникативная цель*, а дальше — *образ автора; образ адресата; образ прошлого и образ будущего*, раскрывающие сценарий предшествующего и последующего эпизодов общения. В качестве критериев профессионально-личностной динамики речевого имиджа могут быть использованы: позитивная динамика речевого поведения, динамика ценно-смыслового отношения к профессии и личная удовлетворенность.

Согласно ФГОС ВО будущий педагог должен обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; владением основами профессиональной этики и речевой культуры в соответствии с нормативно-правовыми актами сферы образования. В результате освоения программы у выпускника должна быть сформирована коммуникативная компетенция: способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке; группа компетенций правовых и этических основ профессиональной деятельности: способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики; группа компетенций взаи-

модействия с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ. Согласно профессиональному стандарту педагога в общении с коллегами, учениками и их родителями педагог должен соблюдать требования профессиональной этики. Анализ программ высшего образования показывает, что в современной подготовке работа над формированием речевого имиджа не выделяется в качестве специальной задачи. Однако наличие в образовательных программах высшего образования дисциплины «Культура делового общения» и др. позволяет говорить о предпосылках к работе по формированию коммуникативно-речевого компонента профессионального имиджа.

Таким образом, внешний облик делового человека является наглядной многомерной информацией: об экономических возможностях, эстетическом вкусе, принадлежности к профессиональному слою, отношению к окружающим людям и т. д. Одежда является своеобразной визитной карточкой. Она оказывает психологическое воздействие на партнеров по общению, нередко предопределяя их отношение, друг к другу. Для имиджа делового человека очень важна тактика общения, к которой предъявляются следующие требования:

- необходимо обладать несколькими вариантами поведения в однотипной ситуации и уметь оперативно пользоваться ими;

- в деловом общении не следует допускать какой-либо конфронтации, а тем более конфликта. Однако по принципиальным позициям, возможны споры и расхождения. Главное, чтобы противостояние не переросло в личную неприязнь;

- умело использовать механизмы психологического воздействия: привязанность, симпатия, доверие, уважение и манеры.

Взаимодействие людей, в том числе и деловое, в различных ситуациях издавна регулировалось и упорядочивалось нормами и правилами этикета — совокупностью правил поведения, регулирующих внешнее проявления человеческих взаимоотношений (обхождение с окружающими, формы общения и приветствия, поведение в общественных местах, манеру и одежду). Он условно может быть разделен на деловой и неофициальный. Деловой этикет регламентирует поведение людей, связанное с выполнением ими служебных обязанностей. Необходимо отметить, что современный деловой человек должен знать и следовать принципам, как делового, так и неофициального светского) этикета, в зависимости от того в какой обстановке он находится. Важную роль в современном деловом этикете играют визитные карточки с основными сведениями о ее владельце. Деловому человеку рекомендуется иметь при себе не менее десяти своих визитных карточек. Наличие визитной

карточки помогает общению с партнерами в соответствии с общепринятыми международными нормами делового этикета. Это своего рода портрет личности. В современном деловом этикете выработаны некоторые правила относительно знакомства и приветствий в зависимости от пола, возраста и должности контактирующих людей, а также от того, находятся ли они в группе или в одиночку. Свод этих правил предполагает несколько основных качеств этики взаимоотношений: вежливость, естественность, достоинство и тактичность. Воспитание у деловых людей соответствующих нравственных качеств и освоение правил профессиональной этики является необходимым условием их повседневной деятельности, а также слагаемым успеха в деловом общении, успешном осуществлении профессиональных проектов и в формировании достойной репутации.

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. Назовите и охарактеризуйте техники формирования вербального имиджа.
2. Каковы особенности имиджа как явления?
3. Какие задачи решает имидж в процессе деловых коммуникаций?
4. Из каких элементов складывается индивидуальный имидж?
5. Какие классификации имиджа Вы знаете?

#### *Список литературы*

1. Скаженик Е. Н. Деловое общение. – Таганрог : Изд-во ТРТУ. – 180 с.
2. Гаришина Т. Р. Основы делового имиджа: учеб. пособие. – М. : Московская финансово-промышленная академия, 2010. – 64 с. – (Непрерывное образование). – ISBN 978-5-902597-31-5.
3. Дугинова Е. Д. Педагогическая траектория развития речевого имиджа будущих учителей / науч. рук. Е. Ю. Никитина // Научный потенциал. – 2020. – № 2 (29). – С. 90–95.
4. Полякова Л. С. Понятие «речевое поведение»: теоретические аспекты // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2012. – № 14. – С. 44–47.
5. Осетрова Е. В. Речевой имидж // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / под редакцией А. П. Сковородникова. – Красноярск : Издательство «Сибирский федеральный университет», 2014. – С. 540–542.
6. Речевой имидж : учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / сост. Е. В. Осетрова. – Красноярск Сибирский федеральный университет, 2012. – URL: <https://www.academia.edu/36325976/%D0%9E%D1%81%D0%B5%D1%82%D1>

%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0\_%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%  
B2%D0%BE%D0%B9\_%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6 (дата  
обращения: 10.11.2021).

7. Шмелёва Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – 1997. – Вып.  
№ 1. – С. 88–99.

### 3 Глоссарий

**Авторитет** — влияние одного человека на другого или на окружающих лиц. Он может быть основан на том, что этот человек является для других правильным эталоном и в силу этого обладает высокой степенью референтности.

**Авторитетность** — способность человека иметь определенный вес среди людей, пользоваться их признанием и уважением.

**Агрессия** — враждебная внутренняя установка или враждебный тип действий индивида или группы по отношению к другому индивиду или группе.

**Адаптация** — процесс пассивного приспособления к среде, в результате которого личность действует в соответствии с ее требованиями, нормами и ценностями.

**Аномия** — нравственно-психологическое состояние индивидуального и общественного сознания, характеризующееся разложением системы ценностей, противоречием между провозглашенными целями и невозможностью их реализации для большинства людей.

**Анонимное общение** — взаимодействие между незнакомыми людьми или же не связанными личными отношениями людьми. Партнеры по общению остаются анонимными.

**Антагонизм** — непримиримое противоречие, противостояние основных классов любого общества.

**Антиципация** — предвосхищение, ожидание наступления чего-либо.

**Антропоцентризм** — научно-философская познавательная установка, в которой утверждается наличие человеческого измерения в любом знании о бытии, природе, обществе и в самом познании.

**Апатия** — состояние эмоционального равнодушия, безразличия и бездеятельности.

**Архетип** — центральное понятие аналитической психологии; способ связи образов, переходящих из поколения в поколение. Архетипы задают общую структуру личности и последовательность образов, всплывающих в сознании при пробуждении творческой активности, поэтому духовная жизнь несет на себе архетипический отпечаток. Архетипы всегда наполняются конкретным содержанием. Они структурируют понимание мира, себя и других людей. Набор архетипов ограничен; они лежат в основе творчества и способствуют внутреннему единству человеческой культуры, делают возможным взаимосвязь различных эпох развития и взаимоотношение людей.

**Архивное дело** — деятельность по организации долговременного хранения документов (экспертиза ценности документов, оформление дел, передача в архив, архивное хранение).

**Асоциальное поведение** — поведение, направленное на причинение вреда личности или социальным общностям. Может проявляться в алкоголизме, наркомании, самоубийстве и др.

**Аттракция** — проявление симпатии к человеку и желание с ним общаться.

**Аутгруппа** — группа людей, по отношению к которой индивид не ощущает чувства идентичности или принадлежности.

**Аутотренинг** — комплекс специальных упражнений, основанных на самовнушении и используемых человеком для упражнения собственным психическим состоянием и поведением.

**Афазия** — нарушение речи.

**Аффект** — сильная, бурно протекающая эмоциональная реакция, носящая характер эмоционального взрыва - ужас, ярость, страх и т. д. Он вызывается сильными раздражителями (например, словами, поведением других людей и др.). По мнению специалистов, более склонны к аффектам личности неуравновешенного типа нервной системы с преобладанием возбуждения (холерики). Человек в состоянии аффекта может совершить необдуманные поступки.

**Барьер психологический** — внутреннее препятствие психологической природы (нежелание, боязнь, неуверенность и т. п.), мешающее человеку успешно выполнять некоторые действия. Часто возникает в деловых и личных взаимоотношениях людей и препятствует установлению открытых и доверительных отношений между ними.

**Беседа** — разговор, обмен мнениями.

**Бессознательное** — характеристика психологических свойств, процессов и состояний человека, находящихся вне сферы его сознания, но оказывающих такое же влияние на его поведение, как и сознание.

**Билингвизм** — свободное владение двумя языками (родным и неродным) и использование их на практике; двуязычие.

**Брейнсторминг** — специальный метод организации совместной творческой работы людей, рассчитанный на повышение их умственной активности и решение сложных интеллектуальных задач.

**Вторичная языковая личность** — совокупность способностей человека к иноязычному общению на межкультурном уровне и предполагающая адекватное взаимодействие с представителями других культур.

**Вербальная коммуникация** (речь) — сложившаяся исторически в процессе материальной преобразующей деятельности людей форма общения, опосредованная языком. Речь включает процессы порождения и восприятия сообщений для целей регуляции и контроля собственной деятельности. Построение речи определяется законами грамматики. В речи представлены внешний, чувственный (слышимые звуки, видимые знаки – буквы), а также внутренний – смысловой аспекты. Выделяют внутреннюю и внешнюю речь. *Внешняя речь* бывает устная или письменная, устная делится на монологическую и диалогическую. *Внутренняя речь* – словесная оболочка мышления. Кроме того, речь может быть активной, конструированной, реактивной, тактильной (с помощью пальцев и их движений), жестовой, эгоцентрическая (речь, обращенная к самому себе, регулирующая и контролирующая практическую деятельность ребенка).

**Вербальный** — относящийся к звуковой человеческой речи.

**Взаимодействие** — процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Взаимодействие выступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию структур. Особенностью взаимодействия является его причинная обусловленность. Если в процессе взаимодействия обнаруживается противоречие, то оно выступает источником самодвижения и саморазвития структур. Взаимодействие как материальный процесс сопровождается передачей материи, движения и информации.

**Взаимодействие межличностное** — случайный или преднамеренный, частный или публичный, длительный или кратковременный, вербальный или невербальный личный контакт двух и более человек, имеющий следствием взаимные изменения их поведения, деятельности, отношений, установок. Основными признаками взаимодействия межличностного как формы общения являются: предметность, эксплицированность, ситуативность, рефлексивная многозначность. Различают два вида взаимодействия межличностного: сотрудничество (кооперацию) и соперничество (конкуренция).

**Власть** — узаконенное право субъекта (индивида или группы) навязывать свою волю другим людям или организациям вопреки оппозиции с их стороны.

**Влечение** — желание или потребность что-либо сделать, побуждающее человека к соответствующим действиям.

**Влияние** (социально-психологический аспект) — процесс и результат изменения одним человеком поведения другого, его взглядов, представлений, социальных установок, ценностных ориентаций и других психологических характеристик в процессе общения с ним. При этом речь идет не о любом

влиянии, а таком, которое способствует развитию личности или подготавливает это развитие.

**Внимание** — сосредоточенность деятельности субъекта в данный момент времени на каком-либо реальном или идеальном объекте (предмете, событии, образе, рассуждении и др.), обеспечивающая его особо яркое отражение. С психологической точки зрения различают *три вида внимания*: непроизвольное (пассивное), произвольное (активное) и послепроизвольное. Эти три вида внимания в трудовой деятельности человека тесно переплетаются. Внешне внимание выражается в мимике, позе, движениях. Оно возникает как настороженность, бдительность, готовность к действию. *К числу профессионально значимых характеристик внимания* относятся: избирательность, возможность распределения, устойчивость, концентрированность, объем, переключаемость. Внимание осуществляется мыслительными ответами на вопросы: «Что важно для партнера?» или «Какая форма общения более привлечет внимание?» и др.

**Внутриличностный конфликт** — острое негативное переживание, вызванное борьбой структур внутреннего мира личности, отражающее противоречивые связи с социальной средой и задерживающее принятие решений.

**Внутриролевые конфликты** — конфликт, возникающий при противоречивости представлений о совокупности прав и обязанностей людей, выполняющих одну и ту же роль.

**Внушение** — целенаправленное вербальное воздействие одного человека на другого или на группу лиц, рассчитанное на некритическое восприятие информации, в которой что-то утверждается или отрицается без доказательства. Внушение может быть также составным компонентом повседневного общения людей. Степень восприимчивости индивида к внушению зависит от его готовности подчиниться такому воздействию.

**Возбуждение** — активный ответ живой ткани на раздражение.

**Воздействие** — целенаправленный перенос движения и информации от одного участника взаимодействия к другому.

**Возмущение** — сильное раздражение, негодование.

**Воля** — способность сознательно управлять своими действиями в соответствии с целями и мотивами деятельности, или умение преодолевать внутренние и внешние трудности при совершении целеустремленных действий и поступков. Благодаря воле регулируется деятельность человека. Проявление волевых черт характера неравнозначно для людей разных профессий.

**Воображение** — психический процесс создания новых образов, представлений и мысленных ситуаций, никогда ранее в целом не воспринимав-

шихся человеком. Оно вступает в свои права тогда, когда даны приближенные, недостаточные сведения о ситуации и ответ на них трудно получить с помощью мышления. Воображение входит в любой трудовой процесс, является необходимой стороной любой творческой деятельности. В процессе деятельности воображение выступает в единстве с мышлением. Воображение бывает преднамеренным и непреднамеренным, воссоздающим и творческим.

**Восприятие** — целостное отражение в сознании человека всей совокупности свойств предметов и явлений. Оно тесно *связано* с памятью, мышлением и вниманием. Восприятие носит активный характер. Восприятия могут быть полными и неполными, глубокими и поверхностными, точными и ошибочными или иллюзорными, быстрыми и медленными. Восприятие имеет ряд особенностей: а) осмысленный характер; б) избирательность; в) константность; г) целостность; д) структурность.

**Восприятие межличностное** — восприятие, понимание и оценка человека человеком. Оно происходит на языке доступном пониманию обеих сторон.

**Воссоздающее воображение** — представление человеком что-то по описанию.

**Время рекреации** — время, используемое на обеспечение мышечной активности; рациональная структура питания, закаливание; пребывание на свежем воздухе.

**Время релаксации (Врел.)** — время, используемое на снятие нервного напряжения, освобождение от назойливых мыслей, «введение» положительных эмоций.

**Время катарсиса (Вкат.)** — время, используемое на нравственное возвышение чувств и мыслей, сопоставление своих поступков с деяниями идеалов в целях самоутверждения в верности морального выбора и соответствия ему конкретных действий.

**Встреча** — собрание, устраиваемое с целью знакомства с кем-нибудь, беседы.

**Выразительные движения (экспрессия)** — система данных от природы или выученных движений (жесты, мимика, пантомимика) при помощи которых человек невербальным путем передает информацию о своих внутренних состояниях или внешнем мире другим людям.

**Вытеснение** — механизм психологической защиты личности, основанный на активном выключении из сознания неприемлемого мотива или травмирующей, неприятной информации

**Гибкий стиль руководства** — стиль, при котором руководитель сознательно и преднамеренно применяет в работе тот типичный стиль, который

в конкретных условиях и в конкретном коллективе в данный момент времени обеспечивает наибольшую эффективность групповой совместной деятельности.

**Гнев** — чувство сильного возмущения, негодования.

**Группа** — ограниченная в размерах общность людей, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков. Наиболее распространены классификации групп по размеру: большие, малые, микрогруппы; по общественному статусу: формальные и неформальные; по непосредственности взаимосвязей: реальные и условные; по уровню развития: низкого и высокого; по значимости: референтные и группы членства.

**Группа референтная** — реальная или условная социальная общность, с которой индивид соотносит себя как с эталоном и на нормы, мнения, ценности и оценки которой он ориентируется в своем поведении и самооценке.

**Групповая роль** — функция личности, одобренный участниками общения способ поведения в соответствии с занимаемой позицией в системе межличностных отношений (лидер, ведомый и др.). В отличие от межличностных социальные роли определяются *местом личности* в системе объективных социальных отношений (ученый, артист и др.).

**Девиантное поведение** — поведение, связанное с нарушением норм и ожиданий со стороны общества в целом или какой-либо группы, входящей в его состав.

**Делинквентное поведение** — поведение, связанное с нарушением формальных законодательно закрепленных норм.

**Деловая игра** — воспроизведение деятельности хозяйственных руководителей и кадров управления, игровое моделирование систем управления. Под деловой игрой понимается процесс выработки и принятия решений в условиях поэтапного многошагового уточнения необходимых факторов, анализа информации, дополнительно поступающей на отдельных шагах игры. Она позволяет более точно воспроизводить управленческую деятельность, выявлять проблемы и причины их появления, разрабатывать варианты решения проблемы, оценивать каждый из вариантов решения, определить механизм реализации.

**Деловое взаимодействие** — любая совместная деятельность людей по созданию продукта или услуги и по обмену ими.

**Деловое общение** (точнее, официальное) — общение, основанное на общности совместной деятельности и по поводу и ее людей. Оно направлено на организацию деятельности и ее корректировку с целью достижения общего конечного результата. Объект делового общения — человек, его личность в указанных системах. Предмет исследования — психолого-педагогические

особенности и эмоционально-волевая сфера личности руководителя и исполнителя в их взаимосвязи в целостной системе социального и межличностного общения.

**Деловой** — относящийся к общественной служебной деятельности, к работе (деловой разговор, деловая встреча, деловая беседа и др.).

**Деловой протокол** — правила, регламентирующие порядок встреч и проводов, проведения бесед и переговоров, организацию приемов, оформление деловой переписки и т.д.

**Деловой этикет** — порядок поведения, установленный в деловом общении.

**Делопроизводство** — отрасль человеческой деятельности по разработке и оформлению официальных документов, организации их движения, учета и хранения.

**Депрессия** — состояние душевного расстройства, подавленности, характеризующееся упадком сил и снижением активности.

**Деятельность** — активное взаимодействие человека со средой, в которой он достигает сознательно поставленной цели, возникающей в результате появления у него определенной потребности. Основными видами деятельности являются: игра, учение, труд и общение.

**Диалог** — разговор между двумя лицами, обмен репликами; разговор двух или более лиц.

**Диалог культур** — многообразие культурных форм и явлений, которые порождают единую человеческую деятельность; специфический социокультурный процесс взаимодействия, становления и развития различных форм культуры.

**Дидактика** — раздел педагогики и теории образования, который изучает проблемы обучения и раскрывает закономерности усвоения знаний, умений, навыков и формирования убеждений, определяет объём и структуру содержания образования.

**Дискуссия** — открытая борьба мысли с мыслью; противоборство идей, а не выяснение личных отношений; выяснение истины, а не столкновения амбиций и удовлетворение тщеславия одной из сторон.

**Диспозиция личности** — предрасположенность личности к определенному восприятию условий деятельности и к определенному поведению в этих условиях.

**Дистресс** — отрицательное влияние стрессовой ситуации на деятельность человека, вплоть до ее разрушения.

**Документ** — деловая бумага, подтверждающая какой-нибудь факт или право на что-нибудь; это материальный объект с закрепленной на нем информацией для передачи ее во времени и пространстве.

**Документационное обеспечение делового общения** — совокупность нормативно-правовых документов, обеспечивающих выполнение обязательств, достигнутых в результате переговоров. К таким документам относятся: служебное письмо, деловое письмо, телеграмма, телетайпограмма, телефонограмма, факс, акт, протокол, докладная, служебная и объяснительная записка.

**Документирование** — часть делопроизводства, непосредственно связанная с созданием документов в соответствии с установленными требованиями.

**Документирование управленческой деятельности** — нормативный документ конкретной организации, определяющий порядок, правила, способы, формы и процессы работы с документами. включает следующие разделы: общие положения, прием, регистрация и рассмотрение поступающей в организацию (входящей) документации, контроль за исполнением документов, порядок подготовки и оформление служебных документов, порядок работы с исходящими документами, регистрация исходящих документов, составление номенклатуры дел, обеспечение сохранности документов, экспертиза практической ценности документов.

**Документооборот** — вопросы организации движения и учета документов (получение, обработка, регистрация, контроль исполнения, текущее хранение, отправка).

**Дресс-код** — свод правил о том, как следует выглядеть человеку в определенной ситуации.

**Жест** — движение рук, которое используется для привлечения внимания собеседника и иллюстрации сказанного.

**Жизненная позиция личности** — система ее отношений к различным сторонам объективной действительности и как общую направленность ее интересов и ценностных ориентаций, которые она практически реализует и отстаивает в различных сферах своей жизнедеятельности.

**Задатки** — предпосылки к развитию способностей. Могут быть врожденными и приобретенными.

**Зажатость** — внешнее проявление закомплексованности в общении, то есть то, что мы видим во внешнем облике и поведении человека.

**Закомплексованность в общении** — психическое состояние, которое искажает или полностью блокирует поведение в действии человека тогда, когда он оказывается в центре внимания в непривычной обстановке.

**Закон** — общеобязательное и непреклонное правило.

**Замещение** (сублимация) — один из защитных механизмов, которые представляют собой подсознательную замену одной, запретной или практически недостижимой цели на другую, разрешенную и более доступную, которая хотя бы частично удовлетворяет актуальную потребность.

**Запоминание** — один из процессов памяти, обозначающих введение в память вновь поступающей информации. Обеспечивается, прежде всего, логической стройностью сказанного и услышанного.

**Заражение** — психологический термин, обозначающий бессознательную передачу от человека к человеку каких-либо эмоций, состояний и побуждений.

**Защитные механизмы** — совокупность бессознательных приемов, с помощью которых человек оберегает себя от психологических травм.

**Здоровье** — состояние человека, когда он не болен, а потому им не утрачена способность к полноценному выполнению разнообразных жизненных функций. Оно характеризуется высокой адаптивностью человека к изменяющимся условиям жизни, психической устойчивостью и социальным оптимизмом. Здоровье человека зависит от ряда обстоятельств: повседневный образ жизни, экология, медицинское обслуживание, питание, отдых и другие факторы.

**Знание** — результат процесса познания действительности, адекватное ее отражение в сознании человека в виде представлений, суждений, умозаключений, теорий.

**Значение** — содержание, которое вкладывают в данное слово или понятие все употребляющие его люди.

**Зрительный контакт** — время удержания внимания собеседников друг на друге.

**Идентификация** — бессознательный перенос на себя чувств и качеств, присущих другому человеку, недоступных, но желаемых для себя.

**Идентичность** — ощущение существования уникальной индивидуальности, отделенной, отличной от других индивидов, или ощущение себя как части уникальной группы, отличной от других групп в использовании групповых ценностей.

**Иллюзия** — феномен восприятия, воображения и памяти, существующие только в голове человека и не соответствующие какому-либо реальному явлению или объекту.

**Имидж** (по В. М. Шепелю) — индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания.

**Имиджелогия** — наука, изучающая проблемы формирования и функционирования имиджа.

**Имиджмейкер** — лицо, профессионально занимающееся созданием имиджа.

**Имиджмейкинг** — профессиональная деятельность по созданию имиджа, обладающего заданными свойствами, а также преобразованию существующего имиджа для достижения поставленных целей.

**Импульсивность** — характерологическая черта человека, проявляющаяся в его склонности к быстротечным, непродуманным действиям и поступкам.

**Индивид** — конкретный человек со всем особенностями, данными ему природой (пол, возраст, рост, вес, нервная система и пр.). Он проявляет себя в свойствах, преобразованных в ходе индивидуального развития.

**Индивидуальность** — своеобразное сочетание индивидуальных свойств человека, отличающее его от других людей.

**Индивидуальный имидж** — целенаправленно создаваемый, устойчивый, индивидуальный, эмоционально окрашенный образ человека.

**Индивидуальный стиль деятельности** — устойчивое сочетание особенностей выполнения разных видов деятельности одним и тем же человеком.

**Инициатива** — проявление человеком активности, не стимулированной извне и не определяемой независящими от него обстоятельствами.

**Инсайт** (озарение, догадка) — неожиданное для самого человека внезапное нахождение решения какой-либо проблемы, над которой он долго и настойчиво думал.

**Инстинкт** — врожденная, малоизменяемая форма поведения, обеспечивающая приспособление организма к типичным условиям его жизни.

**Интеграция** — процесс, обеспечивающий создание внутреннего ценностно-ориентационного единства, развитие сплоченности.

**Интеллект** — совокупность умственных способностей человека.

**Интеллектуальные чувства** — чувства, которые испытывает человек, когда направленно приобретает знания о явлениях природы и общественной жизни. Эти чувства связаны с решением проблемных, познавательных и жизненных ситуаций и задач. Предметом интеллектуальных чувств является процесс мышления человека, продукт мышления, радость от процесса мышления и его результата, разделенная с другим человеком.

**Интерактивная сторона общения** — организация взаимодействия между общающимися личностями, то есть обмен не только знаниями, идеями, но и действиями. Интерактивная сторона не исчерпывается лишь формой

общения, внешней картиной взаимодействия. Имеют значение мотивы, цели общения каждой стороны, их взаимодействие. Установлены следующие виды взаимодействия: содружество, конкуренция, конфликт.

**Интеракция** — взаимодействие.

**Интерес** — эмоционально окрашенное, повышенное внимание человека к какому-либо объекту или явлению.

**Интерференция** — нарушение нормального хода одного процесса вмешательством другого.

**Интуиция** — способность быстро находить верное решение задачи и ориентироваться в сложных жизненных ситуациях, а также предвидеть ход событий.

**Инцидент** — недоразумение, столкновение, порой малозначительные неприятности (невнимательность, неуважение, игнорирование), которые становятся источником выяснения отношений, а, следовательно, и конфликта.

**Интимная дистанция (до 45 см)** — расстояние, которое считается приемлемым при общении самых близких людей (родственниками, близкие друзья, супруги и т. п.) и которое отражает высокую степень тесноты эмоциональных контактов и доверия.

**Информационно-коммуникационные технологии** — совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, которые интегрированы с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и последующего использования информации в интересах ее пользователей.

**Информационно-обучающая среда** — совокупность условий, направленных на организацию учебного пространства, которое включает в себя три составляющих.

**Кинесика** — область научного знания, которая изучает закономерности использования людьми в процессе коммуникации движений и жестов.

**Климат социально-психологический** — общая социально-психологическая характеристика состояния малой группы, в особенности человеческих взаимоотношений, сложившихся в ней.

**Когниция** — процесс, с помощью которого происходит обработка информации сознанием.

**Коллектив** — устойчивая во времени организованная группа взаимодействующих людей со специфическими органами управления, объединенных целями совместной общественно-полезной деятельности и сложной динамикой формальных (деловых) и неформальных взаимоотношений между членами группы.

**Коммуникативная культура** — способность построения межличностных и деловых отношений, определяющая характер общения людей.

**Коммуникативная профессиограмма** — система знаний и навыков, использование которой как раз и позволяет раскрыть понятие «управление общением».

**Коммуникативная сторона общения** — обмен информацией и ее понимание. Коммуникативный акт характеризуется: адресант (коммуникатор, т. е. тот, кто является субъектом общения); адресат (реципиент, т. е. тот, кому направлено сообщение); сообщение (то, что передается, какое именно сообщение); код (какими средствами, общими для адресанта или адресата, передается сообщение); цель (зачем, ради чего что-то сообщается); канал связи (голос, письменный текст, проводная связь, связь через эфир, модемная связь и др.); результат (что достигнуто в результате общения).

**Коммуникативные действия** — действия, сознательно ориентированные на смысловое их восприятие другими людьми.

**Коммуникация** — смысловой аспект социального взаимодействия; специально ориентированные на смысловое их восприятие другими людьми. Основные функции — достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее элемента. В коммуникации используются вербальные и невербальные средства.

**Коммуникативная компетенция** — способность и готовность осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка.

**Компетентностный подход** — совокупность общих принципов определения целей образования, отбора содержания образования, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов.

**Компетентность** — комплексный личностный ресурс, обеспечивающий возможность эффективного взаимодействия с окружающим миром в той или иной области и зависящий от необходимых для этого компетенций.

**Компетенция** — совокупность знаний, умений и навыков, формируемых в процессе обучения той или иной дисциплине, а также способность к выполнению какой-либо деятельности.

**Консенсус** — один из методов принятия экономических, социально-политических и иных решений, заключающийся в выработке согласованной позиции, не вызывающей принципиальных возражений сторон.

**Контакт** — непосредственное общение; согласованность в действиях.

**Контраст ощущений** — изменение чувствительности под влиянием предшествующего или сопутствующего раздражителя.

**Конфликт** — столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, средств их достижений, мнений или взглядов оппонентов, или субъектов взаимодействия, острый спор. Серьезное разногласие. В основе любого конфликта лежит ситуация.

**Конфликтология** — наука о закономерностях и механизмах возникновения и развития конфликтов, о принципах, способах и приемах управления ими.

**Конфликт принадлежности** — конфликт, который происходит в силу двойной принадлежности индивидов, например, когда они образуют группу внутри другой, большей группы или, когда индивид входит одновременно в две конкурентные группы, преследующие одну цель.

**Конфликт с внешней средой** — конфликт в котором индивиды, составляющие группу, испытывают давление извне (прежде всего со стороны культурных, административных и экономических норм и предписаний).

**Конформность** — податливость человека реальному или воображаемому давлению группы, некритическое, пассивное принятие и следование господствующим мнениям и стандартам поведения, стереотипам массового сознания, традициям, авторитетам, принципам.

**Конфликт внутриличностный** — состояние неудовлетворенности человека какими-либо обстоятельствами его жизни, связанное с наличием у него противоречащих друг другу интересов, стремлений и потребностей.

**Конфликт межличностный** — трудноразрешимое противоречие, возникающее между людьми и вызванное несовместимостью их взглядов, интересов, целей и потребностей.

**Конфликтная ситуация** — противоречивые позиции сторон по какому-либо поводу, либо противоположные цели или средства их достижения в данных обстоятельствах, либо несовпадение интересов, желаний, влечений оппонентов и т.д.

**Конфликтология** — отрасль психологии, изучающая поведение человека в конфликтной ситуации и предполагающая способы выхода из таких ситуаций. Конфликтология как научная дисциплина сложилась в 50-60-х гг. XX века в недрах западной политологии и социологии. Ее предметом стало объяснение процессов жизни, функционирования и развития общественных систем и подсистем посредством категории конфликт.

**Конфликты типа «Я-роль»** — возникают в ситуациях, когда роль не позволяет реализовать творческий потенциал человека либо, когда его личностные качества не соответствуют этой роли.

**Конформизм** — пассивное принятие человеком существующего порядка вещей, господствующих мнений, приспособленчество и т. п.

**Конформность** — некритическое принятие человеком чужого неправильного мнения, сопровождаемое неискренним отказом от собственного мнения, в правильности которого человек внутренне сомневается.

**Кооперация** — форма социального взаимодействия, в ходе которого представители одной или нескольких социальных групп действуют совместно и скоординировано ради достижения единой цели.

**Корпорация** — группа, члены которой вступают в межличностные отношения, опосредуемые частно-групповыми интересами.

**Кризис** — состояние душевного расстройства, вызванное длительной неудовлетворенностью человека собой и своими взаимоотношениями с окружающим миром.

**Культура общения** — умение вести диалог на любом уровне, возникшем в реальном разговоре, и у обоих собеседников сохранялась бы возможность подняться на конвенциальный уровень и вышележащие уровни — вплоть до духовного.

**Культурный релятивизм** — подход к другим культурам, согласно которому приверженцы той или иной культуры принимают другую культуру, такой, как она есть, придерживаясь принципа, что все в мире относительно.

**Культура** — исторически обусловленный динамический комплекс постоянно обновляющихся во всех сферах общественной жизни форм, принципов, способов и результатов активной творческой деятельности людей.

**Лидер** — член группы, чей авторитет, власть или полномочия безоговорочно признаются остальными членами этой группы, готовыми следовать за ним.

**Лингводидактика** — научная дисциплина, которая занимается изучением теории образования и процесса обучения и освоения языков, а также лингвистическим описанием языка в учебных целях.

**Лингвокультура** — совокупность информации культурного характера, объективированная в языке.

**Лингвообразование** — образовательный процесс, направленный на развитие языковой личности, способной осваивать социально-культурную картину мира изучаемого языка и культуры.

**Личностное пространство** — территория и вещи, которые человек считает своими собственными и вторжение, которое переживается им как нарушение целостности его границ.

**Личность** — сознательный индивид, занимающий определенное положение в обществе и выполняющий определенную общественную роль. Позиция личности проявляется через систему ее общественных отношений. Личность характеризуется пятью потенциалами: познавательным, ценност-

ным, творческим, коммуникативным, художественным. Личность определяется как общественно-историческая категория и является наименьшей единицей в обществе.

**Личный статус** — положение индивида в малой группе, зависящей от того, как его оценивают и воспринимают члены этой группы в соответствии с его личными качествами.

**Малая социальная группа** — малочисленная по составу социальная общность, члены которой объединены общей деятельностью, интересами, целями и находятся в непосредственном устойчивом общении друг с другом.

**Массовая истерия** — состояние всеобщей нервозности, повышенной возбудимости и страха, вызванное необоснованными слухами.

**Межгрупповой конфликт** — столкновение отдельных групп по поводу социально-групповых потребностей и интересов (распределение ресурсов, соотношение статусов и приверженность тем или иным ценностям и т. п.).

**Межкультурная компетенция** — совокупность знаний, навыков и умений, при помощи которых индивид может успешно общаться с партнерами из других культур как на быденном, так и на профессиональном уровне.

**Межкультурный конфликт** — конфликт картин мира, интерпретаций, установок, присущих тем или иным группам.

**Межличностная коммуникация** — совокупность взаимодействий двух или более людей, состоящих в обмене информацией познавательного или аффективно-оценочного характера.

**Межличностная несовместимость** — несоответствие индивидуально-психологических особенностей одного человека индивидуально-психологическим особенностям другого. Это означает, что два человека обладают некоторыми личностными чертами, среди которых есть трудно совместимые или несовместимые при определенных объективных условиях.

**Межличностный конфликт** — столкновение интересов, взглядов личностей в процессе их взаимоотношений.

**Межролевые конфликты** — возникают в ситуациях, когда индивид вынужден одновременно исполнять роли, в соответствии с которыми к нему предъявляют несовместимые или трудносовместимые требования.

**Межэтнический конфликт** — столкновение между большими социальными группами по поводу национально-этнических стереотипов (язык, религия, территория, особенности психологического склада).

**Метод** — 1) средство, способ изучения действительности, явлений природы и общества; 2) система взаимосвязанных действий преподавателя и обучающихся, обеспечивающих усвоение содержания образования; 3)

направление в обучении конкретной дисциплине, определяющее стратегию учебной деятельности преподавателя и обучающихся.

**Методическая система** — совокупность объектов процесса обучения иностранному языку, формирующих и формирующихся в рамках социального института в соответствии с целью образования и нормативно-правовыми положениями.

**Мировоззрение** — система взглядов на мир и место в нем человека, на отношение его к окружающей действительности и самому себе, а также обусловленные этим взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы, ценностные ориентации. Мировоззрение формируется в процессе обучения и воспитания личности.

**Мифологизация** — в имиджелогии: использование мифа для формирования имиджа.

**Многоязычие** — использование двух или более языков либо отдельным говорящим, либо обществом говорящих.

**Модель** — абстрактное понятие эталона или образца какой-либо системы, представление самых общих характеристик какого-либо явления; общая схема описания системы (например, методической).

**Модуль** — относительно самостоятельная целостная организационно-содержательная единица учебной программы, дисциплины.

**Модуль учебный** — специально разработанные с учетом программных требований по дисциплине проблемно ориентированные блоки учебных и дополнительных материалов, имеющие целью обеспечить аудиторную и самостоятельную работу обучающихся по освоению совокупности отдельных тем и программы в целом.

**Мораль** — один из основных способов нормативной регуляции действий человека в обществе; особая форма общественного сознания и вид общественных отношений (нравственные отношения); нравственные нормы поведения, отношений с людьми, а также сама нравственность.

**Моральные чувства** — отношение к самому себе, сочувствие, чувство доверия и расположения к людям, чувство товарищества, дружбы, чувства национальной гордости, интернациональные чувства, любовь к Отечеству и к людям, представляющим другие культуры и традиции. Среди моральных чувств выделяются морально-правовые чувства. К ним относятся, переживание, связанные с эмоциональным отношением человека к государству, строю, экономическому положению и др.

**Мотив** — внутренняя устойчивая психологическая причина поведения или поступка человека.

**Мотивация** — побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

**Мышление** — процесс обобщенного отражения действительности, направленный на решение познавательных, теоретических и практических задач. В отличие от ощущений, восприятий и представлений с помощью мышления человек не только узнает факты и явления, но может понять *причины* их существования, получает возможность прогнозировать будущие события. Мышление всегда направлено на решение какой-либо задачи, связано с постановкой определенных задач. Переход от суждения к умозаключению, построение и усвоение понятий осуществляется с помощью мыслительных операций анализа, синтеза, сравнения, обобщения, абстрагирования, конкретизации, классификации, систематизации. Виды мышления: а) наглядно-действенное, б) наглядно-образное; в) словесно-логическое. Продуктом мышления могут быть цепи последующих действий. Мышление человека неразрывно связано с речью и происходит в речевой форме.

**Навык** — действие, достигшее уровня автоматизма, характеризующееся цельностью, отсутствием поэлементного сознания. Функционирует в речевой деятельности, включающей речевые действия и речевые операции.

**Намерение** — получение ответов на вопросы о замыслах партнеров по общению; сознательное желание, готовность что-либо сделать.

**Направленность** — система побуждений, определяющая избирательное отношение личности к окружающему миру. Она выражается в том, какие цели человек ставит перед собой в жизни, как он относится к целям, к самой жизни, к обществу. Направленность, характеризуясь целями и стремлениями человека, влияет на его жизнь и деятельность. Различают следующие направленности на: себя, общение, дело, карьеру, семью и т. п.

**Напряженность** — состояние повышенного физического или психологического возбуждения, сопровождаемое неприятными внутренними чувствами и требующее разрядки.

**Настроение** — длительное эмоциональное состояние (например, радостное, угнетенное, оптимистическое и др.), которое придает определенный эмоциональный тон, окраску всем другим переживаниям, а также мыслям и действиям человека. Настроение более других влияет на деятельность личности и её результаты. Настроением необходимо уметь управлять. Человек должен быть не рабом, а хозяином своего настроения.

**Невербальная коммуникация** — оптико-кинетические (жесты, мимика, пантомимика); паралингвические (качество голоса, его диапазон, тональ-

ность); экстралингвистические (паузы, плач, смех, темп речи); пространственно-временные (взаиморасположение партнеров, временные задержки начала общения и др.) средства. Функции – дополнение речевого общения.

**Невербальный язык общения** — набор неречевых (мимических, пантомимических, жестов, позы расположения тела в пространстве и др.) сигналов и принципы их организации в сообщении.

**Неформальное общение** — всевозможные личностные контакты за пределами официальных отношений. Его особенностями является избирательность в отношении партнера.

**Нормы** — правила и стандарты поведения, разделяемые большинством членов того или иного общества и определяющие модели поведения людей.

**Нормы социальные** — принятые в данном обществе или группе правила поведения, регулирующие взаимоотношения людей.

**Нравственность** — внутренние духовные качества, которыми руководствуется человек, этические нормы; правила поведения, определяемые этими качествами.

**Обеспечение** — сделать вполне возможным, действительным, реально выполнимым.

**Обратная связь** — получение адресантом информации о том, какое воздействие он оказал на адресата, и корректировка на этой основе дальнейшей стратегии общения.

**Общение** — сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека. Общение относится к одной из основных категорий психологии. В общении выделяют три взаимосвязанные стороны (структуры): коммуникативную, интерактивную и перцептивную.

**Общество** — совокупность людей, объединенных исторически обусловленными социальными формами совместной жизни и деятельности.

**Объект** — фрагмент реальности, на которую направлена активность взаимосвязанного с нею субъекта.

**Оппозиция** — противостояние различных субъектов общественной жизни (социальных групп, классов, общественных движений) государственной власти, которая во внутренней и внешней политике не учитывает и не реализует их интересы.

**Организация** — дифференцированное и взаимно упорядоченное объединение индивидов и групп, действующих на основе общих целей, интере-

сов и программ; общественное объединение или государственное учреждение. Различают формальную и неформальную организации.

**Отвращение** — крайне неприятное чувство, вызванное кем-чем-нибудь.

**Отношения** — оценочные суждения и эмоциональные впечатления от различных сторон жизнедеятельности человека; возникающие при общении, контактах (деловые отношения).

**Оценка** — мнение о ценности, уровне или значении кого-чего-нибудь.

**Ощущение** — отражение отдельных свойств предметов и явлений окружающего мира при их непосредственном воздействии на органы чувств. В психологии различают следующие виды *ощущений*: а) внешние – зрительные, слуховые, обонятельные, вкусовые, кожные; б) внутренние – ощущение голода, жажды, тошноты, изжоги и др.; в) двигательные – ощущения движения и положения тела в пространстве.

**Память** — основа личности и представляет собой форму психического отражения действительности, заключающаяся в закреплении, сохранении и последующем воспроизведении прошлого опыта. В зависимости от особенностей запоминания и воспроизведения информации выделяют следующие виды памяти: зрительную, слуховую, двигательную, словесно-логическую, эмоциональную, осязательную, обонятельную, вкусовую. По длительности сохранения информации различают мгновенную, кратковременную, оперативную, долговременную и генетическую виды памяти. В памяти важны три качества: быстрота запоминания, его прочность и скорость припоминания.

**Пантомимика** — система выразительных движений, совершаемых при помощи тела.

**Паралингвистические сигналы** — набор акустических и визуальных характеристик передачи сообщения (тембр, громкость и высота голоса, скорость говорения и др.).

**Педагогическая технология** — совокупность психолого-педагогических установок, определяющих специальный набор и компоновку форм, методов, способов, приемов обучения, воспитательных средств; она есть организационно-методический инструментарий педагогического процесса. При этом под объектом педагогической технологии понимается структура и логика конструирования педагогического процесса, способы его организации по реализации педагогических целей в соответствии с теми или иными принципами и условиями.

**Переговоры** — обмен мнениями с деловой целью, разговор.

**Переживание** — ощущение, сопровождаемое эмоциями.

**Персональная, или личная, дистанция (от 46 до 120 см)** — расстояние, которое считается приемлемым при ежедневном формальном и неформальном общении.

**Перцептивная сторона общения** — процесс восприятия, понимания и оценки друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания. Механизм взаимопонимания: идентификация, рефлексия, стереотипизация, обратная связь.

**Подражание** — сознательное или бессознательное поведение человека, направленное на воспроизведение поступков и действий других людей.

**Подход** — реализация ведущей, доминирующей идеи обучения на практике в виде определенных стратегий и с помощью тех или иных методов обучения.

**Позиционирование** — в имиджелогии: помещение носителя имиджа в благоприятную информационную среду.

**Позиция личности** — устойчивая система ее отношений к тем или иным сторонам действительности, к другим людям и к самому себе, которая проявляется в соответствующем поведении. Сформировавшаяся и закрепившаяся позиция личности характеризуется устойчивостью и непротиворечивостью, что позволяет прогнозировать ее поведение в конкретной ситуации и ответные действия.

**Понимание** — способность постичь смысл и значение чего-либо и достигнутый благодаря этому результат. Без понимания как особого состояния субъекта невозможно продолжение общения, координации действий и какие-либо другие осмысленные действия и воздействия. В науке понимание предполагает использование методологических правил и предстает как интерпретация.

**Поступок** — сознательное совершенное человеком и управляемое волей действие, исходящее из определенных убеждений.

**Потребность** — состояние нужды индивида в чем-то, необходимом для его нормального существования; состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития, и выступающие источником его активности.

**Правила** — постановление, предписание, устанавливающее порядок чего-нибудь.

**Право** — совокупность устанавливаемых и охраняемых государственной властью норм и правил, регулирующих отношения людей в обществе, а также наука, изучающая эти нормы. Многогранное системное явление, обеспечивающее саморазвитие общества. В теоретическом плане право должно

быть охвачено всеми обществоведческими науками — философией, социологией, психологией, теорией информации и др.

**Практические чувства** — испытываемые человеком, включенным в ту или иную практическую деятельность. Объектом практических чувств являются такие виды деятельности как труд, учение, игра и общение.

**Предконфликтная стадия** — начальная стадия в развитии конфликта, отражающая положение дел накануне конфликта, во время которой конфликтующие стороны оценивают свои ресурсы и выбирают оптимальные модели поведения.

**Предел работоспособности** — величина переменная и зависит от конкретных условий: а) здоровье; б) рациональное питание; в) возраст; г) величина резервных возможностей человека (сильная или слабая нервная система); д) санитарно-гигиенические условия труда; е) профессиональная компетентность и опыт; ж) мотивация; з) направленность личности.

**Предубежденность** — наличие негативных стереотипов, представлений, враждебных установок в отношении тех или иных личностей или групп.

**Презентация** — официальное представление обществу чего-либо нового, недавно появившегося, созданного.

**Презрение** — глубоко пренебрежительное отношение к кому-чему-нибудь.

**Прецедентные тексты** — афоризмы, пословицы, вызывающие в сознании носителей языка комплекс ассоциаций (с жизненной ситуацией, со сферой использования, с культурой народа и т. п.).

**Прием обучения** — элементарный методический поступок, направленный на решение конкретной задачи преподавания на определенном этапе практического занятия.

**Принцип** — основные положения (правила), определяющие характер процесса обучения, которые формулируются на основе и в соответствии с избранным подходом.

**Приспособление** — стратегия поведения, характеризующаяся готовностью уступать требованиям партнера.

**Проблемная ситуация** — противоречие, не имеющее однозначного решения; соотношение обстоятельств и условий, в которых разворачивается деятельность индивида или группы; психологическая модель условий порождения мышления на основе ситуативно возникающей познавательной потребности, форма связи субъекта с объектом познания.

**Программа** — документ, определяющий содержание и характер деятельности, направленный на достижение конкретного результата.

**Проксемика** — область научного знания, изучающая воздействие пространственных факторов на общение и взаимодействие людей.

**Публичная дистанция (больше 3,6 м)** — расстояние, поддерживаемое между оратором и аудиторией.

**Работоспособность** — нервно-психическая устойчивость, темп производственной деятельности, утомляемость; способность к работе, к труду в определенном режиме, определенное количество времени.

**Рационализация** — один из неосознанных способов защиты от болезненного восприятия личностью ситуации, выражающийся в нахождении правдоподобных причин для оправдания действий, вызванных подавленными, неприемлемыми чувствами с помощью понятий, которые для нее социально и персонально желательны.

**Рациональный конфликт** — конфликт, охватывающий сферу разумного, делового соперничества, перераспределения ресурсов и совершенствования управленческой или социальной структуры.

**Регулирование ролей** — осознанная и преднамеренная формальная процедура, посредством которой индивид освобождается от личной ответственности за последствия выполнения им той или иной роли.

**Рекреация** — отдых, восстановление сил после труда.

**Релаксация** — произвольное или непроизвольное состояние покоя, расслабленности, возникающее вследствие снятия напряжения, после сильных переживаний или физических усилий.

**Репутация** — общественная оценка, сложившееся общее мнение о достоинствах или недостатках кого-либо.

**Референтная группа** — реальная или условная социальная группа, с которой индивид соотносит себя как с эталоном и на нормы, мнения, ценности и оценки которой он ориентируется в своем поведении и самооценке. Группа выполняет в основном две функции: нормативную и сравнительную. Референтные группы делятся на нормативные и сравнительные, на «положительные» и «отрицательные».

**Референтность** — отношение значимости, связывающее субъектов с другим человеком или группой лиц.

**Рефлекс** — автоматическая ответная реакция организма на действие какого-либо внутреннего или внешнего раздражителя.

**Рефлексия** — осмысливание субъектом того, какими средствами, почему он произвел, то или иное впечатление на партнера по общению; способность сознания человека сосредоточиться на самом себе.

**Речевая деятельность** — активный, целенаправленный, опосредованный языковой системой и обусловленный ситуацией общения процесс передачи и приема сообщений.

**Речь** — исторически сложившаяся форма общения, опосредованная языком; способ формирования и формулирования мысли посредством языка в процессе общения.

**Решительность** — готовность перейти к практическим действиям, сформировавшееся намерение совершить определенный поступок.

**Ригидность** — заторможенность мышления, проявляющаяся в трудности отказа человека от однажды принятого способа мышления и действий.

**Ролевая игра** — игра, моделирующая чисто управленческую деятельность. Акцент в этих играх делается на выработку навыков управления людьми. Характерными особенностями игр этого вида является наличие управленческой системы, распределения ролей, их взаимодействие, формирование игрового коллектива.

**Ролевой конфликт** — разновидность внутриличностного конфликта, выражающегося в различном понимании личностью себя и своей роли (внутриролевой конфликт) или в невозможности одновременного выполнения нескольких социальных ролей, которые заключают в себе несовместимость, противоречивые обязанности и требования (межролевой конфликт).

**Роль** — понятие, обозначающее поведение человека в определенной жизненной ситуации, которая соответствует занимаемому им положению (например, роль руководителя, подчиненного и др.).

**Самоимиджирование** — индивидуальная деятельность по созданию собственного имиджа.

**Самоконтроль** — процесс, при котором индивид самостоятельно регулирует свое поведение, согласовывая его с общепринятыми нормами.

**Самообладание** — способность человека сохранять внутреннее спокойствие, действовать разумно и взвешенно в сложных жизненных ситуациях.

**Самооценка** — элемент самосознания, обеспечивающий соотнесение или сравнение собственных качеств, способностей, социального положения, успеха, привлекательности, морального облика с качествами людей.

**Саморегуляция** — процесс управления человеком собственными психологическими и физиологическими состояниями, а также поступками.

**Саморегуляция** — элемент самосознания, позволяющий преодолевать психическую дестабилизацию личности и сохранять самоуважение с помощью системы психологических механизмов, технологий и приемов (самовоспитания и психологической защиты личности).

**Самопрезентация** — намеренное и осознаваемое поведение человека, направленное на формирование определенного впечатления о себе.

**Самоуважение** — элемент самосознания, формирующийся в процессе соотнесения личностью реально достигнутого успешности к собственным ожиданиям.

**Симпатия** — чувство эмоциональной предрасположенности к человеку, повышенный интерес и влечение к нему.

**Система документации** — совокупность взаимосвязанных документов, используемых в определенной сфере человеческой деятельности.

**Системный подход** — метод научного познания, в основе которого лежит рассмотрение объектов как систем, а также предполагающий анализ явлений как сложного единства, не сводимого к простой сумме элементов.

**Ситуация** — система внешних по отношению к субъекту условий, побуждающих и опосредствующие его активность.

**Склонности** — потребность в определенной деятельности, увлеченность ею.

**Соглашение** — взаимное согласие; договор, устанавливающий какие-нибудь условия, взаимоотношения, права и обязанности сторон.

**Содержание обучения** — совокупность того, что обучающиеся должны освоить, чтобы качество и уровень их владения языком соответствовали требованиям государственного образовательного стандарта.

**Содержание общения** — информация, которую сообщают друг другу люди в процессе общения. К такой информации относятся: знания о мире; имеющийся опыт; приобретенные умения и навыки; имеющиеся способности; сведения о наличных потребностях; сведения об эмоциональных состояниях.

**Содружество** (совместная деятельность) — организованная система активности взаимодействующих личностей, направленная на целесообразное производство объектов материальной и духовной культуры (цели, органы организации и руководства, разделение процесса совместной деятельности).

**Сознание** — высший уровень психического отражения человеком действительности, ее представленность в виде обобщенных образов и понятий.

**Сопереживание** — испытание человеком тех же самых чувств и эмоций, которые характерны для находящихся рядом с ним людей.

**Соперничество** — стремление человека к соревнованию с другими людьми, желание одержать верх над ними, победить, превзойти.

**Сотрудничество** — стремление человека к согласованной, слаженной работе с людьми. Готовность поддержать и оказать им помощь. Оно противоположно соперничеству.

**Социализация личности** — процесс становления личности, обучения и усвоения человеческих ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу, социальной общности, группе. Ведущим и определяющим началом социализации личности является воспитание. В настоящее время процессы социализации протекают вне официальных структур (например, в неформальных объединениях, в стихийно возникающих группах и др.). Расширение и углубление социализации человека происходит в трех основных сферах: деятельности, общения, самосознания.

**Социальная дистанция (от 1,21 до 3,6 м)** — расстояние, которое поддерживается при общении между незнакомыми людьми, а также на официальных встречах или в ситуации, когда социальный статус имеет значение.

**Социальная группа** — группа, в которой поведение и социальный статус каждого члена в ощутимой степени обусловлен деятельностью и существованием других членов.

**Социальная перцепция** — процесс восприятия социальных объектов, под которыми обычно подразумеваются люди и социальные группы.

**Социально-ролевое общение** — общение в процессе, которого субъект усваивает социальные нормы (в производственном коллективе, в магазине, театре, в транспорте и др.).

**Социально-психологический тренинг** — теория и практика специального психотерапевтического воздействия на людей, рассчитанная на улучшение их общения и приспособления к условиям жизни.

**Социальное управление** — воздействие на общество с целью его упорядочивания, сохранения качественной специфики, совершенствования и развития.

**Социальные ожидания** — система неформализованных требований относительно норм социального поведения, взаимодействия в группах, обществе. Они приобретают форму ожидания определенного поведения. Ожидания не являются произвольными. Они отражают степень обязательности, необходимости для группы предписываемой формы поведения, отношений, без которых группа не может успешно функционировать. Ожидания формируются на основе процессов предвидения, упреждения действий, реакций, отношений и обеспечивают прогнозируемость поведения, а также санкций и ответных реакций на него. В реальных условиях следует учитывать две основные стороны ожиданий: а) право ожидать от окружающих поведения, соответствующего их ролевой позиции; б) обязанность вести себя соответственно ожиданиям других людей.

**Социальные установки личности** — звено, образующее в системе взаимодействия личности с окружающей средой одну из составляющих со-

вокупность внутренних условий, через призму которых преломляются все внешние воздействия на нее.

**Социальные чувства** – явления и условия общественной жизни. От них зависит развитие событий, значимых для личности и поэтому воспринимаемых эмоционально. К ним относятся такие свойственные человеку чувства как чувство долга, ответственности, товарищества, коллективизма, патриотизма и т. д.

**Социальный стереотип** — упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный, устойчивый образ какой-либо социальной группы или общности, с легкостью распространяемый на всех ее представителей.

**Социокультурная компетенция** — это способность оперировать системой социокультурных знаний и умений при осуществлении общения в условиях диалога культур, то есть на межкультурном уровне.

**Способности** — индивидуально-психологические особенности личности, являющиеся условием успешного выполнения той или иной продуктивной деятельности; приобретение ею знаний, умений и навыков.

**Способности социальные** – психологические особенности индивида, являющиеся возможностями успешного выполнения им определенного вида деятельности.

**Способы** — действие или система действий, применяемые при выполнении какой-либо работы, при осуществлении чего-нибудь.

**Средства обучения** — объекты, созданные человеком, а также предметы естественной природы, используемые в образовательном процессе в качестве носителей учебной информации и инструмента деятельности педагога и обучающихся для достижения поставленных целей обучения, воспитания и развития.

**Статус** — положение человека в системе внутригрупповых отношений, определяющее степень его авторитета в глазах остальных участников группы.

**Стереотип** — неточное, общее знание о чертах личности, установках, взглядах, культуре поведения людей. Такой стереотип возникает на основе ограниченного, одностороннего личного опыта общения.

**Стереотипизация** — классификация форм поведения и интерпретация их причин путем отношения к уже известным или кажущимся известными явлениям, категориям, социальным стереотипам.

**Страсть** — сильное, глубокое чувство, захватывающее человека надолго. Она связана с какими-либо стремлениями, интересами, деятельностью, направляет все помыслы и действия человека. Страсть может быть положительной и отрицательной по направленности.

**Стратегия** — искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах.

**Стратегия учебной деятельности** — общее направление учебной деятельности, определяющее обобщенный способ, систему действий и общий план в решении общепознавательной задачи. Выделяют общеучебные и специальные стратегии.

**Стремление** — желание и готовность действовать определенным образом.

**Стресс** — термин, используемый для обозначения обширного круга состояний (эмоциональных и поведенческих расстройств) человека, возникающих в ответ на разнообразные экстремальные воздействия, неспособностью человека целесообразно и разумно действовать в сложившейся ситуации.

**Субъект** — активно действующий и познающий индивид. Он характеризуется совокупностью деятельностей и их продуктивностью.

**Суггестия** — внушение.

**Схема мышления** — система понятий или логика рассуждений, привычно применяемых человеком при встрече с незнакомым объектом или новой задачей.

**Тактика** — совокупность средств и приемов для достижения намеченной цели.

**Тактика общения** — динамическое применение говорящим речевых умений построения диалога в рамках реализуемой стратегии. Тактика или речевые приемы ведения деловых переговоров разнообразны. В настоящее время их существует около ста.

**Талант** — наиболее благоприятное сочетание способностей, дающих возможность особенно успешно, творчески выполнять определенную деятельность, с одной стороны, склонности к этой деятельности, своеобразной потребности в ней – с другой, большого трудолюбия и настойчивости – с третьей. Талант может проявляться в любой человеческой деятельности, а не только в области науки или искусстве.

**Творческое воображение** — процесс самостоятельного создания новых образов, которые реализуются в оригинальных и ценных продуктах деятельности.

**Тезаурус** — полный систематизированный набор данных о какой-нибудь области знаний, который разрешает человеку или вычислительной машине в ней ориентироваться. В широком смысле тезаурус – описание системы знаний о действительности, которыми располагает индивидуальный носитель информации или группа носителей. В социологии и теории комму-

никаций изучают свойства тезауруса индивидов и коллективов, обеспечивающие возможность взаимопонимания на основе общности тезауруса.

**Технология** — совокупность приемов работы преподавателя, с помощью которых обеспечивается достижение поставленных на уроке целей обучения с наибольшей эффективностью за минимальный период времени.

**Технология в обучении** — использование в обучении информационно-коммуникационных средств.

**Технология обучения** — приемы научной организации труда преподавателя.

**Территория** — ограниченное пространство.

**Тест** — стандартизированная психологическая методика, предназначенная для сравнительной количественной оценки у человека изучаемого психического качества.

**Тестирование** — процедура применения тестов на практике.

**Толерантность** — отсутствие или ослабление реагирования на какой-то либо неблагоприятный фактор в результате снижения чувствительности к его воздействию.

**Тренинги** — игры, построенные на основе системы тестов, например, тренинг обучающей методики (ТОМ). Этот тренинг является формой самоконтроля знаний и служит подготовительным этапом для вступления в активную игру.

**Тренинги обучающих методик** — осуществление самоконтроля знаний. Необходимым условием являются вступления в активные игры по приобретению навыков аргументации в деловом общении. Они могут быть: «Анализ», «Диагностика», «Контроль», «Контроль – дополнение», «Самоконтроль».

**Убеждение в социально-психологическом понимании** — специфический способ организованного и целенаправленного влияния субъекта на сознание партнера по общению.

**Убежденность** — особое качество личности, определяющее общую направленность всей ее деятельности и ценностных ориентаций и выступающее регулятором ее сознания и поведения. Убежденность выражается в глубокой обоснованной уверенности в истинности знаний, принципов и идеалов, которыми руководствуется человек. Она зависит от опыта личности и ее отношений с обществом, может выступать как глубокое понимание социально-исторических процессов, потребностей, смысла требований нравственности.

**Умение** — усвоенный субъектом способ выполнения действий, обеспечиваемый совокупностью приобретенных знаний и навыков. Характеризуется осознанностью, самостоятельностью, продуктивностью и динамизмом.

**Умение** — способность выполнять определенные действия с хорошим качеством и успешно справляться с деятельностью, включающей эту деятельность.

**Управление** — элемент, функция организованных систем различной природы, обеспечивающая сохранение их определенной структуры, поддержание режима деятельности, реализацию их программ и целей.

**Управление общением** — искусство влиять на людей; корректировать их оценки, отношение к событиям и явлениям.

**Управлять общением** — быть доказательным и убедительным; не позволять недобросовестным оппонентам морочить себе голову; уметь отстаивать свою позицию; в любом споре всегда держать руку на пульсе обмена доводами; так проводить их в жизнь, чтобы они приносили обеим сторонам общения пользу, а не вред.

**Уровень притязаний** — максимальный успех, которого рассчитывает добиться человек в том или ином виде деятельности.

**Утомление** — состояние усталости, сопровождаемое пониженной работоспособностью.

**Фанатизм** — чрезмерная увлеченность человека чем-либо, сопровождаемая снижением контроля за своим поведением, нескритичностью в суждениях об объекте своей увлеченности.

**Фасцинация** — специально организованное вербальное воздействие на поведение человека с целью формирования доверия и повышения эффективности воздействия информации.

**Фейсбилдинг** — в имиджологии: коррекция лица с помощью правильно подобранных прически и макияжа.

**Формы обучения** — целенаправленная, четко организованная, содержательно насыщенная и методически оснащенная система познавательного и воспитательного общения, взаимодействия и отношений учителя и учащихся. Форма обучения реализуется как единство целенаправленной организации содержания, обучающих средств и методов.

**Функционально-ролевое общение** — связи между его участниками, выполняющими определенные социальные роли на временных отрезках различной деятельности. Партнеров в этом общении связывают взаимные обязанности по отношению друг к другу. В основном функционально-ролевое общение обусловлено должностными позициями его участников.

**Характер** — комплекс свойств, отличающих человека от других людей. Характер в переводе с греческого означает черта, особенность, чеканка, отпечаток, совокупность (или сочетание) устойчивых индивидуальных особенностей личности, формирующаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обуславливающая типичные для нее способы поведения. Характер развивается и формируется под влиянием окружающей среды, жизненного опыта человека, его воспитания. Характер каждого человека определяется как его общественным положением, так и его индивидуальной жизнью. Характер человека проявляется в испытываемых им чувствах и эмоциях, в его импульсивных реакциях, наклонностях и переживаниях. Характер взаимосвязан с другими сторонами личности и является её индивидуальной особенностью, в частности с темпераментом и способностями. Нет двух людей, у которых были бы совершенно одинаковые характера.

**Холл Э.** — один из основателей проксемики, автор классификации видов дистанции общения между людьми:

**Цель обучения** — заранее планируемый результат обучающей деятельности и учебной деятельности.

**Цель** — предмет стремления, то, что надо, желательно осуществить; один из элементов поведения и сознательной деятельности человека, который характеризует предвосхищение в мышлении результата деятельности и пути его реализации с помощью определенных средств.

**Цель обсуждения** — выявление меры истинности и меры ложности каждого положения, вынесенного на обсуждение, причем и своего собственного.

**Цель общения** — то, ради чего у человека возникает данный вид активности (А. А. Радугин). Психология выделяет восемь основных целей общения: контактная, информационный обмен сообщениями, побудительная стимуляция, координационная, понимание, эмотивное возбуждение, установление отношений, оказание влияния.

**Ценность ориентации** — разделяемые личностью социальные ценности, выступающие в качестве целей жизни и основных средств достижения этих целей и в силу этого приобретающие функцию важнейших регуляторов социального поведения человека. Они формируются при усвоении социального опыта и обнаруживаются в целях, идеалах, убеждениях, интересах и других проявлениях личности. Ценностные ориентации выражают субъективную социальную позицию личности, ее мировоззрение и нравственные принципы. Непротиворечивость ориентаций – важнейший показатель устойчивости личности.

**Честолюбие** — стремление человека к успехам, рассчитанное на повышение его авторитета и признание со стороны окружающих.

**Чувства** — устойчивые эмоциональные отношения человека к другим людям, к общению с ними, к явлениям действительности (социальным и природным). Чувства порождаются объективной действительностью, но при этом они субъективны, поскольку одни и те же явления для разных людей могут иметь различное значение. Чувства в отличие от эмоций свойственны только человеку. Они определяют характер устанавливаемых отношений и могут реализовываться в различных эмоциях.

**Чувствительность** — способность организма реагировать на сравнительно слабые или незначительные отличающиеся друг от друга воздействия (изменение звука, яркости света, оттенки цветов и др.).

**Эгоцентризм** — сосредоточенность сознания и внимания человека исключительно на самом себе, сопровождающаяся игнорированием того, что происходит вокруг.

**Эйфория** — состояние чрезмерной веселости, обычно не вызванное какими-либо объективными обстоятельствами.

**Экономический конфликт** — конфликт по поводу жизнеобеспечения, уровня заработной платы, использования профессионального и интеллектуального потенциала, уровня цен на различные блага, а также реального доступа к этим благам и иным ресурсам.

**Экспрессия** — выразительность, сила проявления чувств, переживаний.

**Экспектация** — система ожиданий, требований относительно норм исполнения индивидом социальных ролей.

**Экспрессия** — выразительность; сила проявления чувств, переживаний. Экспрессивные реакции являются внешним проявлением эмоций и чувств человека.

**Экстраверсия** — обращенность сознания и внимания человека в основном на то, что происходит вокруг него. Противоположна интроверсии.

**Эмоции** — особые психические состояния, связанные с врожденными реакциями человека, его потребностями и мотивами. Они являются субъективной формой выражения потребностей, поэтому предшествуют деятельности, побуждая ее, и направляя. Эмоции выражаются в непосредственном переживании удовольствия, радости, удовлетворения, неудовлетворения и др. Благодаря эмоциям человек регулирует свое поведение и соотносит его с поведением других людей, с которыми он вступает в общение. Эмоции имеют специальную функцию – выступают средством общения.

**Эмоциональность** — характеристика личности, проявляющаяся в частоте возникновения разнообразных эмоций и чувств.

**Эмпатия** — постижение эмоционального состояния, способность к сочувствию, сопереживанию, состраданию.

**Эмоционально-оценочные отношения в группе** — корректировка поведения их личности в соответствии с принятыми нормами совместной деятельности. Они служат регуляторами в ситуациях возможных конфликтов при распределении ролей в игре. При анализе эмоционально-оценочных отношений необходимо определить: соответствует ли поведение личности в группе социальным нормам; какие эмоции оно вызывает; что нравится или не нравится им в членах группы.

**Эстетические чувства** — явления социальной жизни, природа, художественные произведения и сам человек. Люди в своей культуре вырабатывают эстетические эталоны поведения человека в общении с другими, его внешнего вида, его эмоциональных отношений. Непременным условием развития эстетических чувств выступает искусство.

**Этика** — философская наука, объектом изучения, которой является мораль, нравственность как форма общественного сознания, как одна из важнейших сторон жизнедеятельности человека, специфическое явление общественной жизни. Этика выясняет место морали в системе других общественных отношений, анализируя ее природу и внутреннюю структуру, изучает происхождение и историческое развитие нравственности, теоретически обосновывает ту или иную систему.

**Этикет** — установленный порядок поведения где-либо.

**Этикет в деловой переписке** — форма изложения текста письма, прежде всего в формулах обращения, выражениях просьб, напоминаний, отказов, претензий, способах аргументации, формулировках указаний, в заключительных словах.

**Язык** — система знаков, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности, передачи от поколения к поколению накопленной информации и её хранения ее.

**Языковое образование** — процесс и система организации обучения государственному, родному и иностранным языкам.

**Языковая личность** — совокупность способностей и характеристик человека, создающего и воспринимающего речевые произведения.

**Я-концепция** (по Р. Бернсу) — совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с его отношением к себе или к отдельным своим качествам.

## 4 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.1 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1. **Афанасьева, О. Ю.** Актуальные проблемы лингводидактики : учебно-методическое пособие / О. Ю. Афанасьева, М. Г. Федотова ; Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. – [Челябинск] : Южно-Уральский научный центр РАО, 2021. – 220 с. – ISBN 978-5-907408-48-7. – Текст : непосредственный.

2. **Васильева, В. Д.** Деловое общение в профессиональной деятельности: контрольные работы : учебно-методическое пособие / В. Д. Васильева, Е. В. Абраменко, Л. А. Федотова ; ВолгГТУ. – Волгоград, 2017. – 96 с. – ISBN 978-5-9948-2469-6. – 39 с. – Текст : непосредственный.

3. **Васильева, В. Д.** Деловое общение в профессиональной деятельности: конспект лекций: учебное пособие / В. Д. Васильева, Р. М. Петрунева ; ВолгГТУ. – Волгоград, 2017. – 188 с. – ISBN 978-5-9948-2445-0. – Текст : непосредственный.

4. **Введенская, Л. А.** Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. А. Павлова. – Изд. 4-е. – М, Ростов н/Д. : МарТ, 2008. – 512 с. – ISBN 978-5-241-00822-0. – Текст : непосредственный.

5. **Введенская, Л. А.** Культура речи государственного служащего : учеб.-практ. пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Ростов н/Д : Феникс, 2011. – 474 с. – Текст : непосредственный.

6. **Введенская, Л. А.** Русский язык. Культура речи. Деловое общение: учебное пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – М. : КНОРУС, 2012. – 272 с. – Текст : непосредственный.

7. **Власова, Э. И.** Этика делового общения : учебное пособие / Э. И. Власова. – М. : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2011. – 152 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/16309> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

8. **Гойхман, О. Я.** Речевая коммуникация : учебник для вузов/ О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М., 2012. – 272 с. – Текст : непосредственный.

9. **Гаришина, Т. Р.** Основы делового имиджа: учеб. пособие / Т. Р. Гаришина. – М. : Московская финансово-промышленная академия, 2010. – 64 с. – Серия: Непрерывное образование. – ISBN 978-5-902597-31-5. – Текст : непосредственный.

10. **Голуб, И. Б.** Русский язык и культура речи : учебное пособие / И. Б. Голуб. — Москва : Логос, 2014. – 432 с. – ISBN 978-5-98704-534-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/39711.html> (дата обращения: 21.11.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

11. **Данилкова, М. П.** Основы делового этикета : учеб. пособие / М. П. Данилкова. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2009. – 44 с. – ISBN 978-5-7782-1276-3. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=44813> (дата обращения: 20.11.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
12. Деловое общение : учебное пособие / под ред. С. Д. Гуриевой. – СПб. : Скифия-принт, 2017. – 102 с. – ISBN 978-5-98620-248-8. – Текст : непосредственный.
13. Деловое общение : учеб. пособие / авт.- сост. И. Н. Кузнецов. – М. : Дашков и К, 2007. – 378 с. – Текст : непосредственный.
14. **Дугинова, Е. Д.** Педагогическая траектория развития речевого имиджа будущих учителей / Е. П. Дугинова. – Текст : непосредственный. // Научный потенциал. – 2020. – № 2 (29). – С. 90–95.
15. **Дускаева, Л. Р.** Стилистика официально-деловой речи : учебное пособие для вузов / Л. Р. Дускаева, О. В. Протопопова. – Изд. 2-е, испр. – Москва : Академия, 2012. – 272 с. – Текст : непосредственный.
16. **Егоров, В. П.** Этика деловых отношений : учеб. пособие / В. П. Егоров. – М. : Юридический институт МИИТа, 2016. – 142 с. – Текст : непосредственный.
17. **Ефимова, С. А.** Умение побеждать в споре / С. А. Ефимова. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 110 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
18. **Журавлев, А. Л.,** Вклад Б. Д. Парыгина в развитие отечественной социальной психологии / А. Л. Журавлев, И. А. Мироненко. – Текст : Непосредственный // Социальная и экономическая психология. – 2016. – Т. 1. – № 3. – С. 4–23.
19. **Ивлева, Т. Н.** Деловое общение : учебно-методический комплекс дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 (071800.62) «Социально-культурная деятельность», профили подготовки: «Менеджмент социально-культурной деятельности», «Социально-культурные технологии в индустрии досуга», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Т. Н. Ивлева. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2014. – 92 с. – ISBN 2227-8397. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/55224.html> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
20. **Ильин, Е. П.** Психология общения и межличностных отношений : учебное пособие для высших учебных заведений, ведущих подготовку по направлению 050100 «Педагогическое образование» / Е. П. Ильин. – Изд. 2-е. – Санкт-Петербург, 2015. – 586 с. – Текст : непосредственный.
21. **Каверин, Б. И.** Ораторское искусство: учебное пособие / Б. И. Каверин, И. В. Демидов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 256 с.

22. **Каменская, О. Г.** Русский язык и культура речи : учебное пособие для студентов / О. Г. Каменская, Р. А. Кан, Е. Т. Стрекалова, М. Н. Запорожец. – Тольятти, 2005. – 99 с. – Текст : непосредственный.

23. **Король, Л. Г.** Конфликтология : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлениям 37.04.01 Психология, 38.04.02 Менеджмент, 38.03.03 Управление персоналом / Л. Г. Король, И. В. Малимонов, Д. В. Рахинский. – Ульяновск : Зебра, 2015. – 248 с. – Текст : непосредственный.

24. Корпоративная культура: проблемы и тенденции развития в мире и в России / под ред. Н. И. Дряхлова. – М., Наука, 2012. – 506 с. – Текст : непосредственный.

25. **Кузьмина, Т. В.** Конфликтология : учебное пособие / Т. В. Кузьмина. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 64 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL:<http://www.iprbookshop.ru/645> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

26. **Львов, М. Р.** Методика преподавания русского языка в начальных классах : учебное пособие для вузов / М. Р. Львов, В. Г. Горецкий, О. В. Сосновская. – М. : Академия, 2011. – 462 с. – Текст : непосредственный.

27. **Мамедова, А. В.** Профессионально-деловое общение. Интерактивные методы : учебно-методическое пособие / А. В. Мамедова. – Рязань : Издательство «Концепция», 2014. – 68 с. – ISBN 978-5-4464-0038-6. – Текст : непосредственный.

28. **Моисеев, Е. И.** Онтология научного пространства или как найти гения / Е. И. Моисеев, А. А. Муромский, Н. П. Тучкова. – Текст : непосредственный // Онтология проектирования. – 2014. – № 4 (14). – С. 18–33.

29. **Осетрова, Е. В.** Речевой имидж // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / Е. В. Осетрова ; под ред. А. П. Скородникова. – Красноярск : Издательство «Сибирский федеральный университет», 2014. – С. 540–542. – Текст : электронный.

30. **Петрова, Ю. А.** Культура и стиль делового общения : учебное пособие / Ю. А. Петрова. — Москва : ГроссМедиа, 2007. – 190 с. – ISBN 5-476-003-476. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/1129.html> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

31. **Петрова, Ю. А.** Психология делового общения и культура речи : учебное пособие / Ю. А. Петрова. – 2-е изд. – Саратов : Вузовское образование, 2019. – 183 с. – ISBN 978-5-4487-0340-9. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/79821.html> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

32. **Пискунов, А. И.** Деловое общение : учебное пособие / А. И. Пискунов, И. Г. Долинина, Н. П. Морозова. Пермь : Пермский институт Федеральной службы исполнения наказаний. – 2019. – 39 с. – Текст : непосредственный.

33. **Полякова, Л. С.** Понятие «речевое поведение»: теоретические аспекты / Л. С. Полякова. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2012. – № 14. – С. 44–47.

34. **Попова, Л. Л.** Современные технологии общения. Практикум : учебное пособие / Л. Л. Попова. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2009. – 87 с. – Текст : непосредственный. – URL: <http://window.edu.ru/resource/633/75633> (дата обращения: 21.11.2021).

35. **Рева, В. Е.** Деловое общение : учебное пособие / В. Е. Рева. – Пенза : Пенз. гос. ун-т, 2003. – 240 с. – Текст : электронный. – URL: <http://window.edu.ru/resource/900/36900> (дата обращения: 21.11.2021).

36. Речевой имидж : учебно-методическое пособие / сост. Е. В. Осетрова. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2012. – Текст : электронный. – URL:

[https://www.academia.edu/36325976/%D0%9E%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B9\\_%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6](https://www.academia.edu/36325976/%D0%9E%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6) (дата обращения: 10.11.2021).

37. Русский язык и культура речи : курс лекций / Г. К. Трофимова – М. : Флинта; Наука, 2004. – 160 с. – Текст : непосредственный.

38. **Светлов, В. А.** Управление конфликтом : учебное пособие / В. А. Светлов. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2012. – 137 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/8249> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

39. **Скаженик, Е. Н.** Деловое общение / Е. Н. Скаженик. – Таганрог : Изд-во ТРТУ. – 180 с. – Текст : непосредственный.

40. **Скибицкий, Э. Г.** Основы делового общения : учебное пособие / Э. Г. Скибицкий, И. Ю. Скибицкая. – Новосибирск : НГАСУ, 2008. – 388 с. – Текст : непосредственный. – URL: <http://window.edu.ru/resource/340/63340> (дата обращения: 21.11.2021).

41. **Скорцова, В. Н.** Профессиональная этика : учебное пособие / В. Н. Скорцова. – Томск : Издательство ТПУ, 2006. – 180 с. – Текст : непосредственный.

42. **Солганик, Г. Я.** Стилистика текста : учебное пособие / Г. Я. Солганик. – Изд. 3-е. – М. : Флинта; Наука, 2001. – 256 с. – ISBN 5-89349-008-8 (Флинта); 5-7396-0012-x (Наука).

43. **Солоницина, А. А.** Профессиональная этика и этикет : учебное пособие / А. А. Солоницина. – Владивосток : ТИДОТ ДВГУ, 2005. – 125 с. – Текст : непосредственный. – URL: <http://window.edu.ru/resource/023/41023> (дата обращения: 21.11.2021).

44. **Титова, Л. Г.** Деловое общение : учебное пособие / Л. Г. Титова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная

система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/10495> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

45. Тезаурусный анализ мировой культуры : сборник научных трудов / под общ. ред. Вл. А. Лукова. — М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. – Вып. 20. – 80 с. – Текст : непосредственный.

46. Функциональные стили речи: учеб. пособие для вузов / В. И. Коньков, О. В. Неупокоева. – М. : Академия, 2011. – 221 с. – Текст : непосредственный.

47. **Шацкая, М. Ф.** Русский язык и культура делового общения : учебно-методическое пособие / М. Ф. Шацкая. — Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019. – 120 с. – ISBN 978-5-9935-0407-0. – Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/88767.html> (дата обращения: 06.09.2021). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

48. **Шейпак, С. А.** О Междисциплинарном характере курса «Язык делового общения» / С. А. Шейпак. – Текст : непосредственный // Проблемы современного образования. – 2012. – № 1. – С. 100–104. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/doc/26808213> (дата обращения: 06.09.2021).

49. **Шмелёва, Т. В.** Модель речевого жанра / Т. В. Шмелёва. – Текст : непосредственный // Жанры речи. – 1997. – Вып. № 1. – С. 88–99.

## **4.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Cambridge Dictionary : online словарь и тезаурус : [сайт]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 06.09.2021).

2. Megabook : мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия : [сайт]. URL: <http://megabook.ru> (дата обращения: 06.09.2021).

3. Российское образование : федеральный портал : [сайт]. URL: <http://www.edu.ru> (дата обращения: 06.09.2021).

4. ГРАМОТА.РУ : справочно-информационный портал : [сайт]. URL: <http://gramota.ru/> (дата обращения: 06.09.2021).

5. Справочная правовая система Консультант плюс

6. ФГБНУ «Федеральный институт педагогических измерений» : [сайт]. URL: [fipi.ru](http://fipi.ru) (дата обращения: 06.09.2021).

7. Российский портал информатизации образования : [сайт]. URL: <http://www.rpio.ru> (дата обращения: 06.09.2021).

8. Российский индекс научного цитирования / Russian Science Citation Index (RSCI) : [сайт]. URL: [clarivate.ru](http://clarivate.ru) (дата обращения: 06.09.2021).

9. Культура.РФ : портал популяризации культурного наследия и традиций народов России : [сайт]. URL: <https://www.culture.ru> (дата обращения: 06.09.2021).

10. Гарант–Education : [сайт]. URL: <http://edu.garant.ru/education/law> (дата обращения: 06.09.2021).
11. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU : [сайт]. URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 06.09.2021).
12. База данных Института философии РАН: Философские ресурсы: Текстовые ресурсы : [сайт]. URL: <https://iphras.ru/page52248384.htm> (дата обращения: 06.09.2021).
13. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : [сайт]. URL: <http://window.edu.ru> (дата обращения: 06.09.2021).
14. Мир психологии : база профессиональных данных : [сайт]. URL: <http://psychology.net.ru/> (дата обращения: 06.09.2021).
15. Министерство образования и науки РФ : [сайт]. URL: <http://минобрнауки.рф> (дата обращения: 06.09.2021).
16. Каталог электронных образовательных ресурсов : [сайт]. URL: <http://fcior.edu.ru> (дата обращения: 06.09.2021).
17. Россия : лингвострановедческий словарь. Образование на русском : [сайт]. URL: <https://pushkininstitute.ru/> (дата обращения: 06.09.2021).
18. Педагогическая библиотека : [сайт]. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Pedagog/index.ph](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/index.ph) (дата обращения: 06.09.2021).

## **5 Фонд оценочных средств по дисциплине «Культура делового общения»**

Направление подготовки: 44.04.01 — «Педагогическое образование»

Уровень образования: магистратура

Программа подготовки: «Педагогика высшей школы»

*Формируемые компетенции в соответствии с ФГОС ВО (3++) (Федеральный государственный образовательный стандарт Высшего образования утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.02.2018 г. Регистрационный № 50361 от 15.03.2018 г.)*

*Профессиональная компетенция (ПК-1) — способен реализовывать образовательный процесс в системе общего, профессионального и дополнительного образования.*

*Универсальная компетенция (УК-5) — способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.*

*Виды профессиональной деятельности в соответствии с профессиональным стандартом (Профессиональный стандарт «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования» от 08.09.2015 г. № 608н. Код профессионального стандарта: 01.004).*

*Педагогическая деятельность.*

*Научно-исследовательская.*

Планируемые результаты обучения и оценочные средства представлены в следующей таблице (Таблица 12).

Таблица 12 — Планируемые результаты обучения и оценочные средства

Наименование и код компетенции	Результат обучения в соответствии с ФГОС ВО и профессиональным стандартом	Конкретизация трудовых функций в рамках изучаемой дисциплины	Наименование оценочных средств
<p>УК-5 — способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p><i>Знать:</i> национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия; <i>Уметь:</i> грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации; <i>Владеть:</i> способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей</p>	<p><b>Организация и проведение учебно-производственного процесса при реализации образовательных программ различного уровня и направленности</b></p> <p><b>3.4. Организационно-педагогическое сопровождение группы (курса) обучающихся по программам ВО.</b></p> <p><b>3.4.1. Создание педагогических условий для развития группы (курса) обучающихся по программам ВО.</b></p> <p><b>Необходимые знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формы студенческого самоуправления;</li> <li>– характеристики и возможности применения различных форм и методов организации общественной, научной, творческой и предпринимательской активности студентов.</li> <li>– содержание, формы, методы и средства включения студентов разнообразные социокультурные практики, профессиональную деятельность, досуговые и социально значимые мероприятия.</li> </ul> <p><b>Необходимые умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– диагностировать ценностно-смысловые, эмоционально-волевые, потребностно-мотивационные, интеллектуальные характеристики студентов;</li> <li>– обеспечивать педагогическое сопровождение формирования и деятельности органов студенческого самоуправления.</li> <li>– оказывать методическую помощь активу группы в формировании плана и организации работы с учётом мероприятий, проводимых в организации, осуществляющей образовательную деятельность;</li> </ul>	<p>Текущий контроль: <i>ситуационная задача, тест, информационный поиск, деловая игра, упражнение.</i></p> <p>Промежуточная аттестация: <i>зачёт</i></p>

Продолжение таблицы 12

Наименование и код компетенции	Результат обучения в соответствии с ФГОС ВО и профессиональным стандартом	Конкретизация трудовых функций в рамках изучаемой дисциплины	Наименование оценочных средств
<p>УК-5 — способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p><i>Знать:</i> национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия; <i>Уметь:</i> грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации; <i>Владеть:</i> способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей</p>	<p>– обеспечивать поддержку общественной, научной, творческой и предпринимательской активности студентов, консультировать по вопросам трудоустройства;</p> <p>– содействовать формированию лидерских качеств, правовых, культурных и нравственных ценностей студентов, системы общекультурных компетенций.</p> <p><b>Трудовые действия:</b> Организационно-педагогическая поддержка общественной, научной, творческой и предпринимательской активности студентов.</p> <p><b>Другие характеристики:</b> —</p>	<p>Текущий контроль: <i>ситуационная задача,</i> <i>тест,</i> <i>информационный поиск,</i> <i>деловая игра,</i> <i>упражнение.</i></p> <p>Промежуточная аттестация: <i>зачёт</i></p>

Продолжение таблицы 12

Наименование и код компетенции	Результат обучения в соответствии с ФГОС ВО и профессиональным стандартом	Конкретизация трудовых функций в рамках изучаемой дисциплины	Наименование оценочных средств
<p>ПК-1 — способен реализовывать образовательный процесс в системе общего, профессионального и дополнительного образования</p>	<p><i>Знать:</i> психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования. <i>Уметь:</i> использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования. <i>Владеть:</i> опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования</p>	<p><b>Организация и проведение учебно-производственного процесса при реализации образовательных программ различного уровня и направленности</b></p> <p><b>3.4. Организационно-педагогическое сопровождение группы (курса) обучающихся по программам ВО.</b></p> <p><b>3.4.2. Социально-педагогическая поддержка обучающихся по программам ВО в образовательной деятельности и профессионально-личностном развитии.</b></p> <p><b>Необходимые знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные подходы и направления работы в области педагогической поддержки и сопровождения личностного и профессионального самоопределения студентов;</li> <li>– техники и приёмы вовлечения в деятельность и поддержания интереса в ней;</li> <li>– основания и установленные меры социальной поддержки отдельных категорий студентов (малообеспеченных, социально незащищённых, с особыми образовательными потребностями).</li> </ul> <p><b>Необходимые умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содействовать адаптации студентов к условиям учебного процесса, принятым нормам и этике поведения в организации, осуществляющей образовательную деятельность;</li> </ul>	<p>Текущий контроль: <i>кейс-задача,</i> <i>конспект по теме,</i> <i>опрос,</i> <i>ситуационная задача,</i> <i>тест</i></p> <p>Промежуточная аттестация: <i>зачёт</i></p>

Продолжение таблицы 12

Наименование и код компетенции	Результат обучения в соответствии с ФГОС ВО и профессиональным стандартом	Конкретизация трудовых функций в рамках изучаемой дисциплины	Наименование оценочных средств
ПК-1 — способен реализовывать образовательный процесс в системе общего, профессионального и дополнительного образования	<p><i>Знать:</i> психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования. <i>Уметь:</i> использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования. <i>Владеть:</i> опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования</p>	<p>– формулировать предложения (проекты) решений по персональным делам студентов, в том числе связанных с поощрениями или административными взысканиями, обсуждать их с руководством организации, осуществляющей образовательную деятельность, или общественными организациями с соблюдением норм профессиональной этики;</p> <p>– ставить перед руководством подразделения и руководителями соответствующих служб вопросы о соблюдении норм учебного процесса и студенческой жизни, предусмотренных уставом организации, осуществляющей образовательную деятельность.</p> <p><b>Другие характеристики:</b> —</p>	<p>Текущий контроль: <i>кейс-задача,</i> <i>конспект по теме,</i> <i>опрос,</i> <i>ситуационная задача,</i> <i>тест</i></p> <p>Промежуточная аттестация: <i>зачёт</i></p>

## Задания и материалы для текущего контроля

Знать:

3.1 психолого-педагогические основы организации образовательного процесса в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования

3.2 национальные, конфессиональные и этнокультурные особенности и национальные традиции; основные принципы и нормы межкультурного взаимодействия

Уметь:

У.1 использовать современные образовательные технологии, обеспечивающие формирование у обучающихся образовательных результатов по преподаваемому предмету в системе общего и/или профессионального, дополнительного образования

У.2 грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом личностных, национально-этнических, конфессиональных и иных особенностей участников коммуникации

Владеть:

В.1 опытом реализации образовательной деятельности в системе общего и (или) профессионального, дополнительного образования

В.2 способами выбора адекватной коммуникативной стратегии в зависимости от культурного контекста коммуникации и поставленных целей.

### Задание № 1. Найдите нарушения в следующем обращении и определите вид ошибки (Таблица 13)

*Уважаемая Лидия Геннадьевна!*

*Сообщает Управление Пенсионного фонда РФ (государственное учреждение) в г. Кемерово и Кемеровском районе Кемеровской области (межрайонное), что предоставленное соглашение взаимного обмена электронными документами в системе электронного документооборота ПФР по телекоммуникационным каналам связи не может быть заключенным, в связи с тем, что в доверенности от 01.01.2009г. № 296, выданной на имя директорши Кемеровского филиала ООО «НСГ-Росэнерго» Криковцову Лидию Геннадьевну, отсутствуют полномочия на заключение соглашений.*

*Начальник Управления*

*И. И. Иванов*

Таблица 13 — Нарушение лексических, морфологических и синтаксических норм

Нарушение лексических норм		
Контекст с ошибкой	Вид ошибки	Исправленный вариант
<i>... что предоставленное соглашение взаимного обмена...</i>	смещение паронимом	<i>... что представленное соглашение взаимного обмена ...</i>
<i>... соглашение взаимного обмена электронными документами...</i>	плеоназм	<i>... соглашение обмена электронными документами ...</i>

Продолжение таблицы 13

<b>Нарушение морфологических норм</b>		
Контекст с ошибкой	Вид ошибки	Исправленный вариант
... выданной на имя директорши Кемеровского филиала ООО «НСГ-Росэнерго» ...	использование просторечной формы существительного женского рода	... выданной на имя директора Кемеровского филиала ООО «НСГ-Росэнерго» ...
...связи не может быть заключенным, в связи с тем...	смещение краткой и полной формы причастия	...связи не может быть заключено, в связи с тем...
<b>Нарушение синтаксических норм</b>		
Контекст с ошибкой	Вид ошибки	Исправленный вариант
Сообщает Управление Пенсионного фонда РФ (государственное учреждение) в г. Кемерово и Кемеровском районе Кемеровской области (межрайонное)...	нарушение порядка слов	Управление Пенсионного фонда РФ (государственное учреждение) в г. Кемерово и Кемеровском районе Кемеровской области (межрайонное) сообщает ...
... соглашение взаимного обмена электронными документами ...	нарушение норм управления, необходимость предложного управления	... соглашение о взаимном обмене электронными документами ...

Задания выполнены, если найдены, определены и исправлены 3–5 лексических, 3–5 морфологических и 3–5 синтаксических ошибок, а также найдено 2–3 орфографические и 2–3 пунктуационные ошибки.

### **Задание № 2. Написание хрии**

Студенты готовят краткую убеждающую речь — хрию, в которой на основе прочитанной учебной и научной литературы дают комментарий по предложенному высказыванию (например, «Ничто не обходится так дешево и не стоит так дорого, как вежливость» (Мигель де Сервантес). Студентам дается примерный план хрии:

1. Хвала автору данных слов (поэтому желательно знать, кто он такой);
2. Объяснение данного изречения с точки зрения сущности РВ.
3. Приведение несовместимого с данным изречением тезиса и его дальнейшего опровержение;
4. Демонстрация конкретных случаев из личного опыта, подтверждающих верность данных слов;
5. Заключительная реплика, призванная закрепить основную мысль выступления.

### **Примерные темы для выступления**

#### *Информационные выступления*

1. Место, где мне хотелось бы побывать еще раз.

2. Время, которое мне приятно вспомнить.
3. Это было со мной впервые в жизни.
4. Как научиться успевать все делать.
5. Лето, которое я не забуду.
6. Эмоции и здоровье.
7. Что значит быть современным.
8. Мое представление об идеальном муже (идеальной жене).
9. Как избавиться от лени.
10. Как дарить цветы.
11. Как воспитать силу воли.
12. Как надо (не надо) готовиться к экзаменам.
13. Надо ли готовиться к семейной жизни.
14. Как можно готовить себя к будущей профессии.
15. Можно ли сохранить любовь.
16. НЛЮ и современная наука.
17. Как сохранить здоровье.
18. Самосовершенствование - путь к счастливой жизни.
19. Мое любимое место в городе.

*Агитационные выступления*

1. Занимайтесь спортом!
2. Берегите дружбу.
3. Фильм, который стоит посмотреть.
4. Ищите путь к себе.
5. Наша судьба - в наших руках!

**Задание № 3. Тест «Подготовка к переговорам»**

Выберите только один вариант ответа к следующим утверждениям.

*1. Договариваясь о встрече. Вы:*

- а) назовете время встречи;
  - б) предложите партнеру назвать удобное ему время.
- 2. Обсуждая встречу.*

*Вы:*

- а) настаиваете на своем варианте;
- б) идете на небольшие уступки.

*2. Обсуждая встречу. Вы:*

- а) настаиваете на своем варианте;
- б) идете на небольшие уступки.

*3. Каким правилом регулируется количество участников переговоров с каждой стороны:*

- а) принципом оптимальности;

- б) принципом паритета;
- в) не регулируется.

4. Как влияет количество членов делегаций на процесс переговоров? Здесь два правильных ответа, выберите их:

- а) никак не влияет;
- б) малочисленные делегации быстрее заключают соглашения;
- в) многочисленные делегации чаще не приходят к соглашению.

5. При подготовке переговоров подлежит ли обсуждению язык, на котором будут проходить переговоры:

- а) подлежит обязательному предварительному обсуждению;
- б) может обсуждаться, но может и не обсуждаться;
- в) не обсуждается; рабочим языком выступает язык стороны, на территории которой идут переговоры.

6. Какую информацию следует получить до того, как отправиться к конкретному руководителю в структуре крупного западного предприятия с просьбой о встрече:

- а) только деловую;
- б) об особенностях его личностных качеств;
- в) о пределах его компетенции.

7. Приглашения к встрече, переговорам следует выслать:

- а) в оптимальные сроки, достаточные для своевременного прибытия делегации и необходимого ей после прибытия отдыха;
- б) как можно раньше, то есть сразу же, как только наметились сроки.

8. Планируя программу переговоров, какую последовательность Вы предложите:

- а) встреча - размещение - отдых - переговоры;
- б) встреча - размещение - переговоры - отдых.

9. Кто такие "key-persons" и как их присутствие влияет на тактику ведения переговоров:

- а) глава делегации, "ключевая персона", мнение которой по определенному кругу вопросов является основополагающим при переговорах
- б) "ключевая персона", мнение которой по определенному кругу вопросов является основополагающим при переговорах. В состав делегации может не входить.

10. При планировании переговоров, из какой продолжительности их в день Вы будете исходить. Здесь два правильных ответа:

- а) исходя из актуальности повестки дня, но не более 6 часов в день;
- б) не более 2 часов в день;

в) по обоюдному согласию.

*11. Организуя место переговоров, что Вы предпочтете:*

- а) кресла;
- б) стулья.

*12. Вы приготовили минеральную воду для участников переговоров. Куда ее лучше поставить? Здесь два правильных ответа:*

- а) все равно куда, лишь бы она находилась поблизости;
- б) прямо на тот стол, за которым проходят переговоры;
- в) на отдельный, рядом стоящий, столик.

*13. Вы не хотите, чтобы во время переговоров курили. Что для этого следует предпринять:*

- а) сделать устное или письменное объявление;
- б) дать информацию о месте нахождения курительной комнаты;
- в) убрать из комнаты пепельницы.

*14. Вы не возражаете, чтобы во время переговоров курили. Каковы Ваши действия:*

- а) сделать устное или письменное объявление;
- б) выставить на стол пепельницы.

*15. Что нужно сделать для организации стенографирования или магнитофонной записи переговоров:*

- а) обеспечить техническую исправность аппаратуры или оснастить специальное место бумагой и ручками;
- б) обсудить этот вопрос с партнерами.

*16. Делегацию гостей следует посадить:*

- а) лицом к двери;
- б) спиной к двери.

*17. Как лучше рассадить участников при трех и более сторонах переговоров:*

- а) порядок рассаживания определяет сторона, на территории которой идут переговоры;
- б) в алфавитном порядке по часовой стрелке вокруг круглого или квадратного стола.

#### **Задание № 4. Работа с ситуациями**

##### **Ситуация первая**

Вы получили два срочных задания: от непосредственного и вышестоящего начальника. Необходимо срочно начать работу, времени для согласования сроков нет.

***Варианты решения ситуации:***

- А. Начну выполнять задание того, кого больше уважаю.
- Б. Буду выполнять задание наиболее важное на мой взгляд.
- В. Сначала выполню задание вышестоящего начальника.
- Г. Буду выполнять задание непосредственного начальника.

**Ситуация вторая**

Хозяин кабинета сказал: «Слушаю Вас», но сам при этом пишет. Какой вариант делового общения приемлем в данной ситуации:

- А. Поприветствовать руководителя.
- Б. Молчать и ждать.
- В. Громко кашлянуть.
- Г. Сказать, что придете в следующий раз.

**Ситуация третья**

Руководитель говорит женщине «бальзаковского» возраста, что он уже второй раз справляется о нужном документе. Она отвечает: «Я хочу сделать как можно лучше. Если я не устраиваю Вас, скажите прямо!».

***Варианты ответов руководителя:***

- А. Не нервничайте, не вижу повода.
- Б. Вам трудно работать со мной, может с возрастом у меня характер портится.
- В. Почему Вы делаете такие выводы?
- Г. Я знаю, что вы старательны. Наверное, я не сказал Вам, как срочно нужен этот документ.

**Ситуация четвёртая**

Вы – руководитель делегации, ведете переговоры по поводу получения крупного контракта. Вдруг в середине переговоров один из членов вашей делегации выступает с инициативой, которая идет вразрез с вашими планами. Что предпринять?:

- А. Попросить сделать перерыв и во время перерыва переговорить с подчиненным.
- Б. Жестко осадить подчиненного во время переговоров.
- В. В ходе переговоров сказать подчиненному в достаточно мягкой форме, что он ошибся.
- Г. Признать правоту подчиненного и изменить свои планы.

**Задание № 5. Деловая игра на тему «Управление конфликтами»**

**Формат**

Двухсторонние переговоры

Две команды (2-6 чел. в команде)

В подготовке участвуют все члены команды, в переговорах участвуют 2-3 представителя от команды

Этап	Время, ч:мин
Подготовка	0:20
Раунд 1	0:10
Подготовка	0:10
Раунд 2	0:10
Разбор	1:00
<b>Итого:</b>	<b>1:50</b>

### **Команда первая — Людочка**

#### ***Исходные данные***

Вы выполняете работу по дому для нескольких постоянных клиентов.

Полный ассортимент Ваших услуг включает следующие пункты:

- уборка квартиры;
- мытье посуды;
- глаженьё;
- приготовление еды.

Для Вас все эти пункты равнозначны с точки зрения трудозатрат.

Вы оцениваете свою работу по стоимости одного часа.

Вы — профессионал и всегда работаете честно, не «тянете» время, чтобы получить побольше денег за меньшее количество работы.

Один из Ваших клиентов — Маргарита Павловна.

Маргарита Павловна в течение десяти лет работает Коммерческим Директором крупной международной компании. С Вами Маргарита Павловна общается достаточно жестко и агрессивно, требует точного и своевременного выполнения поставленных задач.

Держится она уверенно и с достоинством, отражающим ее высокий социальный статус.

Для Маргариты Павловны вы работаете уже третий год, она — Ваш самый «старый» клиент (по продолжительности сотрудничества :)

Маргарита Павловна платит Вам всегда вовремя, дарит подарки на Новый год и 8 Марта.

Вы приходите один раз в неделю, занимаетесь только уборкой, тратите на это два часа (при этом стоимость одного часа составляет 300 рублей).

Вас вполне устраивает эта работа, но зарплата, которую Вы получаете, ни разу не пересматривалась с начала вашего сотрудничества.

За это время:

- инфляция составила 20 % ;
- стоимость проезда увеличилась на 30 % ;

Стоимость одного часа у других Ваших клиентов заметно выше:

- семья Петровых оценивает Ваш труд в 400 рублей;
- семья Сидоровых оценивает Ваш труд в 500 рублей;
- семья Орловичей оценивает Ваш труд в 550 рублей.

Несмотря на то, что Вы побаиваетесь Маргариту Павловну, Вы решили, что сегодня обязательно должны договориться с ней об увеличении стоимости одного часа до 500 рублей. Ну, в крайнем случае, до 400 рублей.

Кроме этого, Вы считаете, что Маргарита Павловна обязательно должна компенсировать Вам расходы на транспорт (60 рублей за один визит), потому что так поступают семья Петровых и семья Сидоровых.

Еще было бы здорово договориться об оплате отпускных (ну, хотя бы за две недели в год) и получить разрешение звонить с телефона Маргариты Павловны по межгороду (в Киев).

### ***Задание для вашей команды***

Вам нужно провести переговоры с Маргаритой Павловной от имени Людочки.

Для достижения успеха в переговорах Вы должны чувствовать себя с Маргаритой Павловной «на равных» и, несмотря на разницу в социальном статусе, держаться уверенно и непринужденно

### **Команда вторая — Маргарита Павловна**

#### ***Исходные данные***

В течение десяти лет Вы работаете Коммерческим Директором крупной международной компании. С партнерами и клиентами Вы общаетесь жестко и агрессивно, от подчиненных требуете точного и своевременного выполнения поставленных задач.

Держитесь Вы уверенно и с достоинством, отражающим Ваш высокий социальный статус.

Уборкой Вашей квартиры занимается домработница Людочка.

Она приходит один раз в неделю на два часа. В соответствии с договоренностью, Людочка получает зарплату из расчета 300 рублей за один час.

Людочка работает у Вас уже третий год.

Вы всегда общаетесь с ней корректно, платите вовремя, дарите подарки на Новый год и на 8 Марта.

В целом Вы довольны ее работой, но в последнее время стали замечать, что качество уборки ухудшилось: то на подоконнике осталась пыль, то соринки на ковре в спальне и т.п.

Ваши знакомые Хоботковы платят тоже 300 рублей за один час, но у них домработница не только убирает квартиру, но еще моет посуду и гладит.

Вы решили, что сегодня строго поговорите с Людочкой об улучшении качества работы и договоритесь с ней о расширении обязанностей. Кроме уборки квартиры Людочка должна будет гладить и мыть посуду.

Хорошо было бы, чтобы Людочка успевала все это в течение 2-х часов, тогда Вам не придется оплачивать дополнительное рабочее время.

Кроме этого, было бы здорово договориться о том, что Людочка будет расчесывать Вашего йорка Поля, относить и приносить вещи в химчистку.

На химчистку и собаку, видимо, потребуется дополнительное время. Вы предполагаете, что тридцати минут будет достаточно.

### ***Задание для вашей команды***

Вам нужно провести переговоры с Людочкой от имени Маргариты Павловны.

Не забудьте, что с партнерами и клиентами Маргарита Павловна общается жестко и агрессивно, а от подчиненных требует точного и своевременного выполнения поставленных задач.

### **Задание № 6. Темы для выполнения эссе**

1. Конфликты современного общества.
2. Роль корпоративной культуры в регулировании конфликтов в организации.
3. Влияние стрессов на возникновение и развитие конфликтов.
4. Самоменеджмент как профилактика конфликтного взаимодействия.
5. Роль стереотипов в возникновении конфликтов.
6. Модели поведения в конфликте и их влияние на завершение конфликта.
7. Психотипологические особенности личности и их влияние на управление конфликтными взаимодействиями.
8. Конфликты поколений.
9. «Вечные» конфликты и причины их порождающие.
10. Имидж руководителя как средство конструктивного влияния на конфликты.
11. Особенности управления конфликтами в экстремальных ситуациях.
12. Межнациональные противоречия и конфликты в Российской Федерации.
13. Процессы глобализации и общемировые проблемы современности в социальной конфликтологии.
14. Формы конфликтов в развитии обществ: социальные эволюции и революции.
15. Причины и факторы конфликтов.
16. Движущие силы развертывания конфликта и его мотивация.
17. Ролевые противоречия как возможная основа внутриличностного конфликта.
18. Семейный конфликт: понятие, стадии развития, функции.
19. Социальные конфликты.
20. Стилль поведения в конфликте.
21. Мой первый день работы в качестве учителя начальных классов

22. Деловые качества современного учителя
23. Подготовка и проведение родительского собрания в первом классе

### **Задание № 7. Деловая игра «Разговор по телефону»**

Описание ситуации и постановка задачи

Участникам предлагается решить ряд конфликтных ситуаций при помощи правильно построенных телефонных переговоров.

*1.1. Роль:* менеджер отдела продаж фирмы «Гарант» М. И. Сидорчук.

*Ситуация:* в 16 часов вам звонит секретарь директора фирмы Л. Е. Юхно и сообщает, что после работы в 17.00 Вас примет директор фирмы «Гарант» по вашему личному делу.

*Дополнительная информация:* Вам эта встреча очень нужна, и вы многого от нее ждете. Неделю назад вы сами просили Л. Е. Юхно, вашу хорошую знакомую, организовать эту встречу. -

Но как нарочно, сегодня на это же время у вас назначено важное производственное совещание со своими сотрудниками. А директор завтра уходит в отпуск.

*Задание:* постройте разговор по телефону с Л. Е. Юхно так, чтобы не затронуть ни Ваши интересы, ни её.

*1.2. Роль:* секретарь директора фирмы «Гарант» Л. Е. Юхно.

*Ситуация:* Вам надо позвонить по телефону М. И. Сидорчуку, менеджеру отдела продаж Вашей фирмы, и сообщить ему, что сегодня можно прийти на прием к директору фирмы для решения его (Сидорчука) личного вопроса.

*Дополнительная информация:* М. И. Сидорчук Ваш давний хороший знакомый, и Вы приложили много усилий, чтобы организовать этот прием: директор очень занят, ведь завтра он уходит в отпуск, и только хорошее отношение к Вам помогло добиться согласия директора принять М. И. Сидорчука перед отъездом в отпуск.

*Задание:* позвоните М. И. Сидорчуку и пригласите его на прием к руководителю организации, однако помните, что жизнь полна неожиданностей и ситуация может измениться.

### **Задание № 8. Деловая игра «Разговор с начальником ЖЭУ»**

У жильца, живущего на верхнем этаже, протекает потолок из-за негодной кровли. Жилец делал телефонные заявки на ремонт крыши, но ее так и не починили. В квартире сырость. Заболел уже второй ребенок. Жилец решил идти к начальнику ЖЭУ. Его цель — добиться, чтобы кровлю немедленно починили.

Условия игры. Начальник находится в позиции Родителя, исполнители роли жильца — в психологических позициях Ребенка, Родителя и Взрослого. Разговор начальника с Жильцом-Родителем заканчивается конфликтом. Разговор с Жильцом-Ребенком ни к чему начальника не обязывает. Разговор с Жильцом-Взрослым

ведется в деловом тоне, жилец оставляет заявление и уходит с надеждой на то, что будет сделано все возможное.

Задания участникам игры:

1. В роли Жильца-Родителя нудно требовать, возмущаться. Увидев, что начальник «не кается», грозить ему жалобами в вышестоящие инстанции. Уйти со скандалом.

2. В роли Жильца-Ребенка нужно долго рассказывать о тяжелом положении с детьми, жаловаться, просить. Уйти, так и не назвав свой адрес.

3. В роли Жильца-Взрослого прийти с заявлением. Кратко изложить суть дела. Спокойно спросить о причине, по которой крыша до сих пор не отремонтирована. Обсудить ситуацию. Уйти, зарегистрировав заявление.

4. В роли Начальника занять агрессивную позицию в ответ на позицию Жильца-Родителя. Быстро отделаться от Жильца-Ребенка. Если ближе роль Родителя заботливого, пообещать все сделать, даже не спросив, где живет жилец. В роли Родителя-критика отчитать просителя: «У других еще не то происходит!» В ответ на вопрос Жильца-Взрослого объяснить ситуацию (один кровельщик болеет, второй давно уволился), перейти с ним на деловой тон. Возможно, принять его совет или предложение.

### **Задание № 9. Прочитайте отрывок из статьи.**

#### **Проанализируйте высказанные положения.**

#### **Укажите наиболее важные аспекты делового общения педагога**

Умение педагогов целенаправленно формировать нужное впечатление о себе, умение слушать, аргументированно излагать свою точку зрения и нейтрализовать эмоциональное напряжение, нередко возникающее в ситуациях общения с коллегами или родителями — все это является неоспоримым доказательством высокого уровня его культуры делового общения. И чем выше данный уровень у конкретного специалиста, тем большим преимуществом и авторитетом он обладает.

Рассмотрим структуру культуры делового общения педагога начальной школы. Одним из значимых компонентов культуры делового общения является речевая культура специалиста: умение грамотно, ясно и логически последовательно излагать собственные мысли, учитывая при этом социальные, профессиональные и индивидуально-психологические особенности партнера по общению.

Показателями культуры речи в деловом общении являются:

- словарный состав (исключаются жаргонные слова, диалектизмы);
- словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает);
- произношение;

– грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета некоторых специфических отличий; в частности, центральное место в деловой речи должно быть занято существительными, а не глаголами);

– стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Особых знаний, умений и навыков требует искусство педагогов выступать публично. Сообщение оратора обычно вызывает различную реакцию слушателей: понимание, одобрение или, наоборот, непонимание, несогласие. Хороший оратор обладает способностью по ходу корректировать свою речь, добиваясь положительной реакции слушателей. Конечно, делать это непросто. Великий римский оратор Цицерон заметил: «Красноречие есть нечто такое, что дается труднее, чем это кажется, и рождается из очень многих знаний и стараний». Речь педагога в процессе делового общения должна быть последовательно выстроена, иметь логику изложения. Рассмотрим основные требования логики к устному выступлению:

- требование определенности, ясности;
- требование последовательности;
- требование непротиворечивости;
- требование обоснованности

Однако, умение педагогов вести диалог и выстраивать деловые отношения на высоком творческом и культурном уровне еще не стало профессиональным достоянием каждого участника педагогического процесса. Очень часто среди причин, препятствующих развитию данных навыков, педагоги в числе прочих называют отсутствие соответствующей практики, а также низкую степень уверенности в себе. Тот интерес, который у педагогов вызывает знакомство с речевыми стандартами, помогающими провести деловую беседу, приводит к выводу, что у большинства их них присутствует искренняя заинтересованность в развитии собственной речевой культуры. А затруднения, которые они испытывают при использовании данных формулировок, говорят о серьезных пробелах в данной области.

Возможность получения опыта ораторского искусства достигается только с помощью практических методов. Именно практические навыки способствуют развитию способности искусства выстраивать свою речь грамотно.

Не менее важным компонентом культуры делового общения, на наш взгляд, является коммуникативная компетентность специалиста, в состав которой входят следующие навыки:

- 1) умение вступать в контакт;
- 2) умение задавать вопросы;
- 3) умение вести «малый разговор»;
- 4) умение стимулировать партнера к прояснению его позиции, предложений;
- 5) умение услышать и понять интенции партнера;
- 6) умение воспринять и понять то, что партнер не в состоянии выразить;
- 7) умение передать партнеру, что его услышали и поняли;

8) умение выравнивать эмоциональное напряжение в беседе и др.

### **Задание № 10. Терминологический минимум.**

#### **Форма работы: информационный поиск**

Понятие делового общения. Виды делового общения. Психологический контакт. Стратегия доминирования. Стратегия манипуляции. Стратегия соперничества. Стратегия партнерства. Стратегия содружества. Активное слушание. Пассивное слушание. Логика речи. Доказательство. Опровержение. Приемы убеждения. Дискуссия. Полемика. Спор. Механизм подчинения. Взаимный обмен. Благорасположение. Дикция. Интонация. Темп. Тембр. Громкость. Основы ораторского искусства. Дискуссия. Деловая беседа. Деловые переговоры. Деловой телефонный разговор. Переговоры. Профессиональная ответственность. Письменное деловое общение. Виды документов. Деловая переписка. Деловое письмо. Структура делового письма. Языковые клише. Этика делового общения.

### **Задание № 11. Задачи**

1. Представьте себе, что Вы — председатель благотворительного фонда. Напишите правила делового общения для своих подчиненных.

2. Узнайте у своих родных, друзей, какую геометрическую фигуру они предпочитают. Опишите типологию личности каждого из опрошенных, опираясь на данные американского психолога С. Деллингера.

3. Составьте развернутый план презентации новой книги. Сформулируйте различные виды вопросов к автору книги. Расскажите, какие вопросы труднее формулировать и почему.

4. Составьте информационный текст на любую тему. Используйте элементы, которые сделают Ваш материал интересным.

5. Составьте текст публичного выступления для торжественного вечера, посвященного юбилею Вашего шефа. Используйте элементы, которые сделают Ваш материал праздничным и уникальным.

6. Напишите краткое определение жанров научного стиля, используемых Вами в процессе обучения.

7. Напишите на основе одного научного текста по Вашей специальности: а) тезисы; б) аннотацию; в) рецензию.

8. Запишите в виде конспекта первые два абзаца текста, сокращая слова так, как это принято в русском языке.

9. Приведите примеры из личного опыта правильного и неправильного использования Ты- и Вы-общения в деловой коммуникации.

10. Ваш партнер по деловому общению неоправданно выбирает Ты-общение. Как Вы будете себя вести? Какими этикетными формулами можно дистанцию официального общения?

11. Составьте обращение к началу презентационной речи, зная, что гостями церемонии являются бизнесмены, политики, журналисты.

12. Составьте для себя визитную карточку. Познакомьтесь с деловым партнером, используя визитную карточку.

13. Составьте несколько этикетных фраз для вежливой формы отказа: принять предложение; выслать новые каталоги; принять посетителя и др.

14. Вспомните примеры манипуляций, с которыми, возможно, Вам пришлось столкнуться раньше. Удалось ли избежать участи жертвы? Если да, то как? Если нет, то, что бы Вы предприняли сейчас для того, чтобы избежать подобного чувства.

15. Придумайте различные ситуации манипуляторного общения, например, Вам необходимо попасть на киносеанс, а Вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это: а) симпатичная девушка; б) женщина средних лет, которая стремится выглядеть моложе; в) сурового вида дама; г) пожилой мужчина интеллигентного вида.

16. Найдите возможность разбиться на пары. Вам нужно найти способ вынудить другого сделать то, что ему не по душе, а ему — найти способ отказать «нахалу». Примеры просьб:

16.1 Я слышал о Вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы Вы одолжить ...? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же отдам.

16.2 Неужели Вы откажетесь принять участие в этом вечере? Мы ведь не всех приглашали. Но нам известно, что Вы-то знаете толк в настоящем искусстве!

Найденные приемы манипулирования и защиты от них обсудите в группе.

17. Разыграйте ситуацию «Опоздание»: а) на встречу с другом; б) на свидание; в) домой после обещанного срока возвращения; г) на деловую встречу; д) на встречу с потенциальным работодателем.

По условию, опоздание столь значительно, что ожидающий уже выведен из терпения. Прокомментируйте используемые приёмы и результат.

18. Поработайте с позиции Взрослого над ситуациями:

18.1 Вы пришли по объявлению в газете устраиваться на работу рекламным агентом.

18.2 Вы пришли к декану с просьбой разрешить сдать досрочно сессию.

18.3 Вы пришли к руководителю курсов английского языка с просьбой о зачислении. Занятия в группе начались две недели назад.

18.4 Вы пришли к директору с просьбой дать Вам внеочередной отпуск.

18.5 Вы пришли к директору фирмы устраиваться на работу его заместителем.

Обсудите результаты работы в группе.

19. Известно, что слово «здравствуйтесь» может быть произнесено по-разному. Попробуйте выявить свой потенциал использования приветствия. Попросите кого-нибудь послушать и «оценить» подтекст, который Вы вкладываете в приветствие.

20. Произнесите одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл:

20.1 *Рад вас видеть!*

20.2 *Спасибо за работу.*

20.3 *Приходите завтра.*

20.4 *Я в восторге.*

20.5 *Спасибо, мне очень приятно ваше внимание.*

20.6 *Приятно было с вами поговорить.*

20.7 *Спасибо за комплимент.*

20.8 *Очень вам признателен.*

20.9 *Ценю вашу настойчивость.*

20.10 *Мне это очень нравится.*

21. Произнесите фразу с разными интонациями:

21.1 *Умница! Молодец!* (с благодарностью, с восторгом, иронично, огорченно, гневно)

21.2 *Я этого никогда не забуду* (с признательностью, с обидой, с восхищением, с гневом).

21.3 *Спасибо, как это Вы догадались!* (искренне, с восхищением, с осуждением).

21.4 *Ничем не могу Вам помочь* (искренне, с сочувствием, давая понять бестактность просьбы).

21.5 *Вы поняли меня?* (доброжелательно, учтиво, сухо, официально, с угрозой).

21.6 *До встречи!* (тепло, нежно, холодно, сухо, решительно, резко, безразлично).

21.7 *Это я!* (радостно, торжественно, виновато, грозно, задумчиво, небрежно, таинственно).

21.8 *Я не могу здесь оставаться* (с сожалением, значительно, обиженно, неуверенно, решительно).

21.9 *Здравствуйте!* (сухо, официально, радостно, грозно, с упреком, доброжелательно, равнодушно, гневно, с восторгом).

21.10 *До свидания!* (сухо, официально, радостно, грозно, с упреком, доброжелательно, равнодушно, гневно, с восторгом).

## **Задание № 12. Вопросы для самостоятельной работы**

1. Общая характеристика делового общения.
2. Виды и особенности делового общения.
3. Условия эффективного делового общения.
4. Установление психологического контакта с собеседником.

5. Стратегии межличностного взаимодействия: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, содружество.
6. Стили, типы, правила и приемы активного слушания.
7. Логические основы убеждающей речи: законы логики, доказательство и опровержение, логические ошибки.
8. Эффективные приемы убеждения: рациональные и психологические аргументы, уловки в ходе дискуссии, полемики, спора.
9. Механизмы воздействия в процессе делового общения: подчинение, взаимный обмен, социальное доказательство, благорасположение.
10. Невербальные средства делового общения: кинетические, токсические, проксемические.
11. Звуковые средства устной речи: дикция, интонация, темп, тембр, громкость.
12. Основы ораторского искусства.
13. Психологические, риторические и языковые приемы установления и поддержания контакта с аудиторией, участие в дискуссии.
14. Деловая беседа, деловые переговоры, деловой телефонный разговор.
15. Стратегии и тактики ведения переговоров, нравственный аспект их выбора. Виды решений.
16. Профессиональная ответственность за исполнение достигнутых договоренностей.
17. Устное и письменное деловое общение.
18. Виды документов, их структура и языковые особенности.
19. Структурно-языковые особенности и современные правила оформления деловых документов.
20. Этические нормы деловой переписки. Виды деловых писем. Структура делового письма.
21. Оформление делового письма. Языковые клише.

### **Задание 13. «Альтернативный вопрос»**

1. Найдите неверное утверждение: Официально-деловой стиль ещё называют:
  - а) деловым;
  - б) административным;
  - в) государственным;
  - г) официальным.
2. Какой из перечисленных признаков характерен только для официально-делового стиля?
  - а) точность;
  - б) наличие реквизита;
  - в) стандартизованность;

г) объективность изложения.

3. Какой из перечисленных признаков не характерен для официально-делового стиля?

- а) объективность изложения;
- б) точность изложения;
- в) экспрессивность изложения;
- г) наличие реквизита.

4. Какая лексика не используется в официально-деловом стиле?

- а) аббревиатура и сложносокращенные слова;
- б) устойчивые сочетания слов, не используемые в других стилях;
- в) разговорная лексика;
- г) общеупотребительные слова.

5. Какие части речи не находят применения в деловой речи?

- а) определительные местоимения;
- б) неопределенные местоимения;
- в) отглагольные существительные;
- г) краткие прилагательные.

6. Слова: данные, настоящий, соответствующий используются в официально-деловом стиле:

- а) вместо личных местоимений;
- б) вместо указательных местоимений;
- в) вместо определительных местоимений;
- г) вместо неопределенных местоимений.

7. К какому подстилю официально-деловой речи относится указ:

- а) дипломатическому;
- б) законодательному;
- в) административному;
- г) канцелярскому.

8. К какому типу документов относятся деловые письма:

- а) документы, не требующие при их составлении обязательной заданной формы;
- б) документы, требующие при их составлении обязательной заданной формы;
- в) документы, которые без стандартной формы теряют юридическую силу;
- г) документы, составляемые по определенному образцу.

9. Официально-деловой стиль по степени стандартизованности, точности наиболее близок к стилю:

- а) к разговорному;
- б) к художественному;
- в) к научному;
- г) к публицистическому.

10. Официально-деловому стилю присуща функция:

- а) сообщения и воздействия;
- б) функция общения;
- в) эстетическая функция;
- г) информативная функция.

11. Какое утверждение соответствует действительности? Подготовка речи начинается ...

- а) с определения темы;
- б) с нахождения цитаты;
- в) с составления плана;
- г) с набросок тезисов.

12. К какому принципу построения выступления относится следующее определение: «Организация материала должна соответствовать намерению оратора и самому материалу»:

- а) принципу экономии;
- б) принципу органического единства;
- в) принципу усиления;
- г) принципу последовательности.

13. Что из перечисленного не является недостатком композиции выступления:

- а) нарушение логической последовательности;
- б) большое количество затронутых вопросов;
- в) отсутствие доказательности;
- г) апелляция к событиям, известным оратору и аудитории.

4. Какие нарушение допускает оратор, употребляющий в речи слова-паразиты?

- а) нарушает чистоту речи;
- б) нарушает логичность речи;
- в) нарушает точность речи;
- г) нарушает частоту речи.

15. Чего не должен делать оратор в конце выступления?

- а) повторять основные положения доклада;
- б) извиняться за то, что из-за нехватки времени не все вопросы были пришлось обсудить;
- в) благодарить слушателей за внимание;
- г) говорить аудитории комплименты.

16. Какой из способов выступления требует не только подготовки, но и большого опыта, эрудиции?

- а) чтение текста;
- б) воспроизведение по памяти с чтением отдельных фрагментов;
- в) воспроизведение по памяти заученного текста;
- г) импровизация.

17. Что призван подчеркнуть внешний вид оратора?

- а) характер;
- б) профессионализм;
- в) происхождение;
- г) принадлежность к определенной социальной группе.

18. Отметьте утверждение, не соответствующее действительности. Риторика — это...

- а) ораторское искусство;
- б) наука, изучающая ораторское искусство;
- в) теория красноречия;
- г) культура речи.

19. Какое утверждение соответствует действительности? Успех выступления прежде всего зависит ...

- а) от наличия плана выступления;
- б) от наличия контакта с аудиторией;
- в) от внешнего вида оратора;
- г) от мимики и жестов оратора.

20. Какая речь требует особенно тщательной подготовки?

- а) информационная речь;
- б) траурная речь;
- в) приветственная речь;
- г) научный доклад.

## **Материалы для промежуточной аттестации**

### **Вопросы к зачету**

1. Понятие делового общения.
2. Виды, сферы и формы делового общения.
3. Типы собеседников и приемы общения с ними.
4. Функции восприятия в межгрупповом и межличностном общении.
5. Невербальные средства общения.
6. Основные элементы вербального общения, их характеристика.
7. Роль обратных связей в передаче информации.
8. Виды слушания.
9. Рабочая группа как социально-психологическая общность людей. Ее отличие от других социальных групп.
10. Причины возникновения конфликтов. Их типология.
11. Основные стадии протекания конфликтов.
12. Методы урегулирования конфликтных ситуаций.
13. Стрессы и стрессовые ситуации.
14. Проявление индивидуальных особенностей личности в деловом общении.

15. Деловой этикет.
16. Основные правила этикета в деловом общении.
17. Этика делового общения.
18. Особенности национальной этики.
19. Визитная карточка в деловой жизни.
20. Деловая беседа и ее функции.
21. Основные этапы деловой беседы.
22. Правила ведения телефонного разговора.
23. Деловое совещание.
24. Подготовка к переговорам.
25. Ведение переговоров.
26. Тактические приемы ведения переговоров.
27. Имидж делового человека.
28. Понятие устной деловой речи.
29. Понятие речевой ситуации.
30. Функциональные стили речи, их характерные особенности.
31. Психологические особенности публичного выступления.
32. Коммуникативные качества речи.
33. Основные виды аргументов в деловом общении.
34. Спор. Дискуссия. Полемика.
35. Логическая композиция спора.
36. Виды уловок в споре.
37. Социально-психологические аспекты спора.
38. Деловой протокол.
39. Культура официальной переписки.
40. Состав реквизитов документов, их оформление.
41. Основные типы служебных документов.
42. Деловые письма.
43. Правила этикета в практике делового письма.

*Учебное издание*

**Никитина** Елена Юрьевна, **Ворожейкина** Анфиса Вячеславовна,  
**Айрих** Яна Александровна

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Ответственный редактор  
Е. Ю. Никитина  
Компьютерная верстка  
В. М. Жанко

Подписано в печать 17.11.2021. Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 14.01. Тираж 500 экз. Заказ \_\_\_\_\_

Южно-Уральский научный центр Российской академии образования. 454080, Челябинск, проспект Ленина, 69, к. 454.

Учебная типография Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет. 454080, Челябинск, проспект Ленина, 69.

ISBN 978-5-907408-87-6



9 785907 408876 >