

**ПРИОРИТЕТНЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ОБРАЗОВАНИЕ»
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ**

А.А. ДЕНИСОВА

**ОБЩЕГУМАНИТАРНЫЕ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ:
ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД**

Учебное пособие

Москва

2008

**«Создание комплекса инновационных образовательных программ
и формирование инновационной образовательной среды,
позволяющих эффективно реализовывать государственные интересы РФ
через систему экспорта образовательных услуг»**

Экспертное заключение –

кандидат филологических наук, доцент *Т.К. Орлова*

Денисова А.А.

Общегуманитарные и этнокультурные проблемы профессионально-деловой коммуникации на русском языке: инновационный подход: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 129 с.

Межкультурное русскоязычное деловое общение рассматривается в учебно-методическом комплексе как процесс взаимодействия деловых культур, который осуществляется в рамках *несовпадающих* национальных стереотипов мышления и поведения. В пособии раскрываются культурно-специфические и этнопсихологические особенности деловой коммуникации, даются практические рекомендации для эффективного делового общения в поликультурной среде. Пособие предназначено для преподавателей русского языка, аспирантов, студентов, широкого круга специалистов – участников межкультурной деловой коммуникации.

Учебное пособие выполнено в рамках инновационной образовательной программы Российского университета дружбы народов, направление «Развитие мультикультурной образовательной среды международного классического университета», и входит в состав учебно-методического комплекса, включающего описание курса, программу и электронный учебник.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 7

Лекция 1. Этические принципы международного делового общения.

Деление культур по типу активности их носителей.

Корпоративная этика 9

1.1. Международные принципы бизнеса

1.2. Деление культур по типу активности

1.3. Корпоративная этика

Лекция 2. Западная и восточная деловые культуры: стереотипы

и реальность 13

*2.1. Стереотипные представления о полярных западной
и восточной деловых культурах*

*2.2. Индивидуализм и коллективизм в западной и восточной
деловых культурах*

*2.3. Иерархичность и эгалитаризм в западной и восточной
деловых культурах*

*2.4. Прямолинейность и учтивость в западной и восточной
деловых культурах*

2.5. Время в западной и восточной деловых культурах

*2.6. «Работа», «компания» в западной и восточной деловых
культурах.*

*2.7. Приоритет межличностных отношений в русской деловой
коммуникации. Стереотипы и реальность*

Лекция 3. Стили делового общения.

Методы управления деловым общением 22

3.1. Понятие культуры делового общения

3. 2. Культура речи в деловом общении

3.3. Понятие корпоративного общения. Стили, формы, функции корпоративного общения

3. 4. Социально-психологические методы управления деловым общением

Лекция 4. Модель эффективного общения в деловой беседе **29**

4.1. Убеждение как метод управления деловым общением

4.2 Модель эффективного коммуникативного поведения в деловой беседе

4.3. Использование приемов эффективного делового общения в памятниках древнерусской письменности

Лекция 5. Психологические предпосылки толерантного и интолерантного делового общения **35**

5.1. Культурно-исторические факторы интолерантного общения

5.2. Интолерантное общение. Субъект интолерантного общения

5.3. Субъект интолерантного общения в деловой коммуникации

Лекция 6. Этнопсихологические причины коммуникативных сбоев в деловом общении **39**

6.1. Неудачное сочетание актуализированных качеств разных этносов

6.2. Моноактивные, полиактивные и реактивные культуры в деловой коммуникации

6.3. Несовпадение языковых картин мира у представителей разных народов

6.4. Юмор в деловом общении

6.5. Трудности перевода

Лекция 7. Аксиологические истоки русского коммуникативного поведения в деловом общении.

Деловое общение русских в сопоставлении с деловым общением представителей других культур 48

7.1. Анализ русских афоризмов: оценка коммуникативного поведения

7.2. Особенности русского менталитета:

межличностные отношения

7.3. Языковое сознание носителей современной русской

7.4. корпоративной (офисной) культуры

7.5. Особенности западного межличностного дискурса

7.6. Китайский межличностный дискурс

7.7. Некоторые особенности вьетнамского коммуникативного поведения

7.8. Особенности делового общения арабов

Лекция 8. Гендерный аспект деловой коммуникации 63

8.1. Исследование гендера в лингвистике, в речевом

8.2. и коммуникативном поведении, деловой коммуникации

8.3. Женственность и мужественность в русском языковом сознании

8.4. Гендерные аспекты невербального коммуникативного поведения

8.5. Фемининная, маскулинная личности в толерантном-интолерантном общении

Лекция 9. Профессиональные деформации как препятствие для эффективного делового общения 69

9.1. Понятие профессиональной деформации

9.2. Психологические причины профессиональных деформаций

9.3. Типология профессионально-педагогических деформаций

9.4. Уровни профессионально-педагогических деформаций

Лекция 10. Разрешение конфликтов в деловом общении	77
<i>10.1. Конфликтологическая компетенция в деловом общении</i>	
<i>10.2. Конфликт и противоречие в деловом общении</i>	
<i>10.3. Межэтнические конфликты</i>	
<i>10.4. Обстоятельства, вызывающие противодействие со стороны этнической общности или ее отдельного представителя</i>	
<i>10. 5. Психологические причины, ограничивающие возможные способы межличностного взаимодействия</i>	
<i>10.6. Стратегии поведения оппонентов при разрешении конфликтов</i>	
Словарь терминов	85
Описание курса и программа	99

ВВЕДЕНИЕ

Межкультурная деловая коммуникация рассматривается в учебно-методическом комплексе как процесс непосредственного взаимодействия деловых культур, который осуществляется в рамках *несовпадающих* национальных стереотипов мышления и поведения. В пособии даются практические рекомендации для успешного делового общения, раскрываются культурно-специфические и национальные особенности деловой коммуникации, показана роль не только вербальных, но и невербальных средств общения в поликультурной среде.

Изложение принципов деловой коммуникации базируется на объединении научной и прикладной проблематики, менеджмента, логики, социологии, психологии, этики, риторики. При описании общегуманитарных и этнопсихологических проблем делового общения нами были использованы данные исследований по этнопсихологии, социальной психологии, лингвокультурологии, лингвистике, этике, культурологии, конфликтологии и другим дисциплинам.

Эффективность делового общения зависит от множества факторов, которые описываются, в частности:

- лингвистикой (трудности перевода);
- лингвокультурологией (несовпадение языковых картин мира партнеров по деловому общению);
- культурологией и этнопсихологией (коммуникативные барьеры, возникающие при неудачном сочетании некоторых этнических черт, например, японской сдержанности и романской общительности; при общении представителей культур, различных по типу деятельности – моноактивных, полиактивных, реактивных);

- этикой (коммуникативные барьеры, возникающие вследствие столкновения «слушающих» и «диалогических» культур, общностей, по-разному ощущающих время; имеющих различающиеся традиции делового общения);
- конфликтологией (различные возможности эмпатии у представителей разных этносов, разница в ценности в разных культурах определенных *стратегий* выхода из конфликтной ситуации и пр.).

Эти знания необходимы преподавателям, работающим в полиэтнической образовательной среде: в профессиональной деятельности, которая включает множество ситуаций делового общения; подобная компетенция необходима при обучении русскоязычному деловому общению в поликультурной среде, в межкультурной деловой коммуникации.

Инновационность учебно-методического комплекса заключается в том, что подобный подход позволил комплексно структурировать и изложить знания, изначально представляемые различными науками. Синергетический эффект, возникающий при этом, способствует организационным и педагогическим инновациям в образовании. Под инновациями в образовании понимается результат творческой деятельности, направленной на разработку, апробацию и внедрение новых технологий, методик, создание новых институциональных форм и моделей организации образовательного процесса.

Тексты лекций

Лекция 1. Этические принципы международного делового общения. Деление культур по типу активности их носителей. Корпоративная этика

1.1. Международные принципы бизнеса.

1.2. Деление культур по типу активности.

1.3. Корпоративная этика.

1.1. Сегодня в качестве приоритета в международной деловой этике все более утверждается толерантное профессионально-деловое общение: выстраивание позитивных межличностных отношений в профессионально-деловой среде признается важным условием достижения эффективности деятельности компании. Уже к концу прошлого века около 40 % глобального валового продукта производилось совместными предприятиями. Продолжающиеся процессы глобализации усиливают внимание к межкультурной коммуникации в деловой среде. Сегодня признается неэффективной культуранцентристская позиция – такая, при которой «моя культура, ценности, способы коммуникации и решения проблем» ставятся в центр мироздания, оцениваются как наиболее эффективные, а все прочие – как отклонения от нормы.

В 1994 г. в Швейцарии приняты «Международные принципы бизнеса». Их инициаторами стали руководители крупнейших национальных и транснациональных корпораций США, Западной Европы и Японии. Документ представляет собой первую успешную попытку синтеза этических принципов, лежащих в основе цивилизационных ценностей Востока и Запада (ниже будет показано, что такое деление иногда, если речь идет о деловой коммуникации, весьма условно). Этот документ предписывает менеджерам терпимое

отношение к моральным и этическим представлениям, принятым в сфере управления в других странах и регионах; утверждает высокий статус позитивных межличностных отношений в деловой среде.

Полагают, что в обстановке признания равенства и одинаковой ценности всех людей независимо от культур, которые их воспитали, в будущем в международной культуре утвердятся технологии общения, которые доказали свою практическую эффективность независимо от «происхождения». Ряд международных исследований в области деловых переговоров свидетельствует о том, что соглашение о стратегии, при которой выигрывают обе стороны (так называемая стратегия win-win), оказывается более устойчивым, долгосрочным, выгодным. Полагают также, что деловые люди будут применять в зависимости от ситуации немецкий тип планирования, китайский способ разрешения конфликтов, российскую изобретательность в тупиковых ситуациях и т.п.

Управленцы, работающие в транснациональных компаниях, проходят обучение, которое позволяет им пополнить свои знания в области культуры своих зарубежных коллег. Эта учеба касается не только языка, но и знакомства с ключевыми сведениями о политике, истории, географии страны, а также об особенностях национального делового поведения.

В процессе формирования этики бизнеса в России отмечены две тенденции. С одной стороны, в опоре на законодательство в среде предпринимателей развиваются формы контактов, принятые в современном деловом мире: исходя из ответственности, обязательности, обоснованного риска и т.д. С другой стороны, не имея гарантий законодательства в сфере бизнеса, ограниченные проявлениями коррупции со стороны различных властных структур и недоброжелательностью общественности, предприниматели иногда действуют по правилам, отличным от норм цивилизованного бизнеса. В целом, условия, определяемые государством, которые делают

«моральный» бизнес более выгодным, чем иной, в России только начинают складываться, и этот процесс далек от завершения.

1.2. В то же время, наряду с описанием национальных особенностей в деловой коммуникации, в исследованиях указывается на опасность их абсолютизации: можно встретить вспыльчивых финнов, медлительных итальянцев, осмотрительных американцев. Наши стереотипные представления о том, каким «должен» быть представитель того или иного этноса, иногда значительно отличаются от действительного положения вещей.

Кроме того, следует учитывать многообразие культурных сообществ, принадлежность к каждому из которых может накладывать дополнительный отпечаток на национальные особенности делового общения. Так, различают культурные сообщества национальные, региональные, религиозные, профессиональные, образовательные (выпускники Оксфорда, Кембриджа), есть культура корпоративная, личная и др.

Межкультурная профессионально-деловая коммуникация реализуется как процесс непосредственного взаимодействия деловых культур. Но осуществляется этот процесс в рамках *несовпадающих* национальных стереотипов мышления и поведения, *различающихся* языковых картин мира, *особенных* этнопсихологических характеристик, с учетом *специфических* для страны традиций делового общения.

Для межкультурного делового общения очень важен такой показатель, как *тип активности*, к которому принадлежит большинство носителей определенной культуры. По типу активности выделяют 3 вида культур.

Моноактивные – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в

данный момент. К этой группе принадлежат, в частности, немцы и швейцарцы.

Полиактивные – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной значимости того или иного мероприятия в данный момент. К этому типу относят итальянцев, латиноамериканцев, арабов и др.

Реактивные – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, представители которых предпочитают молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Представители этой категории – китайцы, японцы, финны и др.

Для делового общения значимо, что каждая из этих групп предпочитает особый стиль сбора информации. Моноактивные культуры опираются прежде всего на формализованные информационные системы, полиактивные – на впечатления от личных встреч и данные, получаемые во время личной беседы. Реактивные культуры используют комбинацию этих двух стилей.

1.3. Все направления этики деловой базируются на основополагающих нормах этики. К ним можно отнести уважение чувства собственного достоинства и личного статуса другого человека, понимание интересов и мотивов поведения окружающих, ответственность за их психологическую защищенность и т.п. *Принципы этики корпоративных отношений* — обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на нормы поведения участников деловых отношений.

При участии в деловой коммуникации важно учитывать, что одним из базовых принципов современной корпоративной этики большинством ученых признается следующий: приоритет в разрешении

проблем, возникающих в деловом мире, должен отдаваться интересам *межличностных отношений*, а не производству продукции. В русских традициях деловой коммуникации (подробнее см. раздел 2.7.), как будет продемонстрировано ниже, этот принцип чрезвычайно важен и имеет глубокие основания в русском менталитете.

Литература:

Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.

Шихирев П.Н. От столкновения деловых культур к становлению их общей основы. Вступительная статья // Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с. – С. 7 – 17.

Этика бизнеса: Международные аспекты // Сб. статей: Отв. ред. Лобанов А.А. – М., 1996.

Лекция 2. Западная и восточная деловые культуры: стереотипы и реальность

2.1. Стереотипные представления о полярных западной и восточной деловых культурах.

2.2. Индивидуализм и коллективизм в западной и восточной деловых культурах.

2.3. Иерархичность и эгалитаризм в западной и восточной деловых культурах.

2.4. Прямолинейность и учтивость в западной и восточной деловых культурах.

2.5. Время в западной и восточной деловых культурах.

2.6. «Работа», «компания» в западной и восточной деловых культурах.

2.7. Приоритет межличностных отношений в русской деловой коммуникации. Стереотипы и реальность.

2.1. В широком спектре деловых культур традиционно выделяются две полярные – западная деловая культура и восточная. Хотя следует сразу отметить относительность и значительную условность этих понятий. К первой относят американскую и западноевропейскую, наиболее типичные восточные – это деловые культуры стран Азии и Востока – Япония, Китай, Корея, Тайвань, Сингапур, Гонконг и исламские страны. Особенности этих типов деловых культур имеют исторические, религиозные, этнокультурные предпосылки.

Деловая культура России занимает по ряду параметров (индивидуализм/коллективизм, иерархичность/эгалитаризм и др.) промежуточное положение между западной и восточной культурами. Знание полярных особенностей культур позволяет ориентироваться в ситуациях межкультурной коммуникации, оптимизировать отношения с партнерами. Сложились *стереотипные* представления о типичных особенностях этих культур.

Для западной деловой культуры *считаются* характерными: *независимость, индивидуализм, эгалитаризм, решительность, самоуверенность, прямолинейность, надежность, обязательность, точность, пунктуальность, инициативность, целеустремленность, мобильность, энергичность, оптимизм.*

Восточной деловой культуре приписываются: *уклончивость, иерархия, коллективизм, ритуальность, декоративность, чинопочитание, зависимость, клановость, кумовство, хитрость, фатализм, взяточничество.*

Следует учитывать, что стереотипные представления далеко не всегда в полной мере совпадают с реальным положением дел. Так, значительно различаются западные деловые культуры немецкая и

итальянская, восточные – арабская и японская и др. Подробнее об этнопсихологических отличиях различных деловых культур см. в разделе 6.

2.2. Индивидуализм и коллективизм в западной и восточной деловых культурах. Индивидуальный интерес – обязательное и первое условие участия американца в любой деятельности, и это признается американской культурой. Индивидуум здесь – ячейка общества. Американцы трактуют группы (и фирмы) как добровольные ассоциации, которые можно разрушить или покинуть, когда это отвечает интересам индивидуума или акционеров. На Востоке, в частности в Японии, индивидуализм нередко рассматривается как угроза обществу. Япония представляется нацией, где личность – не самостоятельная единица, а функция группы и корпоративной принадлежности. Выдвижение индивидуальных интересов в японской деловой среде невежливо и граничит с неприличием.

2.3. Иерархичность и эгалитаризм в западной и восточной деловых культурах. Для восточных обществ характерна, в отличие от западных, жесткая иерархия и большая дистанция власти. Это означает, что различия полномочий разных уровней иерархии велики. В этой системе предписывается подчиненность нижестоящих и благожелательность вышестоящих. Возраст и стаж работы традиционно вознаграждался здесь чаще, чем квалификация. В восточной деловой культуре нередко при обращении к другому надо перечислить все имена и титулы собеседника. По сути, это закрепляет иерархичность отношений, подчеркивает отношения подчиненности. Так, в китайской традиции делового общения принято обращаться друг к другу, используя кроме имени название должности (председатель, директор, президент и пр.).

Американцы называют в деловой среде друг друга по имени. Считается, что это упрощает коммуникацию. При этом разница в возрасте и статусе может быть значительной.

2.4. Прямолинейность и учтивость в западной и восточной деловых культурах. «На Востоке думают одно, говорят второе, а делают третье». Эта восточная мудрость *воспринимается* россиянами как хитрость, лукавство. В то же время традиция западного бизнеса не разделять слова и поступки *воспринимается* россиянами как прямолинейность, простодушие и неосмотрительность.

Прямолинейность в американской культуре кажется японцам вызывающе невежливой. Если американцы, не смущаясь, отказываются от неинтересного предложения, то японский деловой этикет не допускает прямого выражения отказа. Японцы считают его невежливым и всячески уклоняются от прямого выражения этого смысла, иногда переходя на безличное описание ситуации.

Прямолинейность американцев проявляется в готовности начать переговоры сразу с дела – с цифр, документов и конкретных предложений, даже если партнеры видят друг друга впервые: «Время – деньги». Такая, с точки зрения восточных партнеров, неосмотрительность и неосторожность обусловлена высоким уровнем развития правовых отношений в странах Запада, обеспечивающих участникам реальную защиту от обмана партнера. Нарушение контракта одной из сторон легко и привычно может разрешаться американским судом, и нарушитель карается законом. В странах Востока не создано такой скрупулезной и надежной юридической защиты сторон, поэтому гарантией надежности партнера являются родственные связи и достаточно хорошее личное знакомство с потенциальным партнером.

Решительность американца проявляется в готовности принимать решения на переговорах (а не до или после, как у японцев). Японцы и китайцы на переговоры приходят группой с уже готовым решением.

Члены японской группы согласовывают свою позицию между собой до начала переговоров и редко меняют ее в течение самого процесса переговоров.

Японцы ценят искренность в бизнесе, хотя это понятие не значит того, что значит для американцев. В Америке искренний человек поступает так, что другие люди становятся осведомлены о его отношении к чему-либо и о намерениях. Идея в том, что искренность порождает правду. У японцев нет такого акцента. Для них искренний человек поступает так, чтобы не обидеть другого. Быть искренним – значит создавать для других упорядоченный, гармоничный мир.

2.5. Время в западной и восточной деловых культурах. Время в западном понимании линейно и состоит из прошлого, настоящего и будущего. Время – ресурс, который надо планировать и рационально использовать. Западные культуры преимущественно *моноактивны* (см. подробнее раздел 1.2.) или *полиактивны* (подробнее там же). Американец знает, сколько стоит час его времени. На Востоке время не линейно, а концентрично. На Востоке события привязаны не столько ко времени, сколько к обстоятельствам и людям.

Точность и пунктуальность в западном бизнесе (большей части национальных деловых культур) – вопрос деловой репутации. Не случайно существование американского термина «deadline» – «последний срок». В восточной культуре событие или персона важнее времени.

Важно также, что американцы ориентированы на краткосрочные деловые отношения. Удачная сделка их устраивает сама по себе. На Востоке принято строить и ориентироваться на длительные деловые отношения; краткосрочные интересы партнера вызывают растерянность и настороженность.

Японское принятие корпоративных решений основано на экстенсивном неформальном консультировании для того, чтобы собрать

и распространить информацию и обеспечить приверженность решению всех вовлеченных сторон. Существует даже специальный термин для этой практики — *nemawashi*, который буквально означает «связать корни дерева при подготовке к пересадке».

2.6. Работа, компания, менеджмент в западной и восточной деловых культурах. Барьерами в межкультурном деловом общении является разное понимание партнерами ряда понятий. Например, *работа, компания, управление, рабочая группа* имеют разное значение и ценностное содержание для японцев и американцев.

Американцы и японцы различно видят рабочие группы. Японские менеджеры рассматривают рабочие группы как среду, где делятся информацией для улучшенного выполнения работы. Американцы используют группы в основном для разделения ответственности и риска.

Американцы используют работу как инструмент получения вознаграждения, способного оплатить лучшее качество жизни. Японцы работают потому, что они хотят отвечать ожиданиям своей семьи, друзей и общества. Для них работа – просто жизнь, так как каждый человек живет в соответствии с «порядком вещей» в обществе. Это процесс несения обязательств перед обществом и перед самим собой. Некоторые японские менеджеры рассматривают работу скорее как моральный акт.

Когда японские менеджеры ожидают, что их американский подчиненный потратит 30 минут до начала рабочего дня на подготовку к работе или останется после окончания рабочего дня для завершения работы без оплаты сверхурочных, они тем самым предлагают американцу действовать нравственно. Поскольку нравственный человек счастлив, японцы, как это они видят, создают условия для счастья. В японском языке есть слово, которого нет в европейских языках (*karoshi*) – смерть от чрезмерной работы; о ней периодически сообщают японские

СМИ. В японской культуре тяжкий труд – просто акт проявления нравственной человеческой сущности.

2.7. Приоритет межличностных отношений в русской деловой коммуникации. Стереотипы и реальность. Льюис Ричард, обращаясь к восприятию поведения носителя одной культуры представителями другой, отмечает: итальянцам *кажется*, что немцы живут по часам, немцам итальянцы *кажутся* беспорядочно жестикулирующими, японцы за ними наблюдают. А что думают по этому поводу русские? И насколько мы опираемся при этом на этнопсихологические знания (или на собственный опыт), а не на стереотипные массовые представления о том, каким *должен быть* представитель определенного этноса (не пьют современные англичане чай в 17 часов, а «должны».)

Исследователи особенностей делового общения в России, в частности зарубежные (Андерсон Р., Rychmond Yale, Льюис Ричард Д., Шихирев П.Н., др.), отмечают высокую значимость для эффективности этой деятельности хороших межличностных отношений между партнерами по коммуникации. Приведем несколько их рекомендаций относительно межличностного общения с русскими на переговорах.

Во время делового обсуждения русские выстраивают приоритеты в таком порядке: *личные взаимоотношения, форма, внешние проявления, возможность для заработка.*

Покажите себя с человеческой стороны – свои чувства, надежды, устремления и т.п. Русских намного больше интересуют ваши личные цели, чем коммерческие.

Личные отношения между сторонами нередко вершат чудеса в ситуациях, кажущихся безвыходными.

Они (русские – А.Д.) больше ориентированы на людей, чем на дело. Постарайтесь им понравиться.

Не нужно слишком поддаваться воздействию их театральности и эмоциональности, однако вы должны показать свою симпатию к человеческим аспектам переговоров.

Русские любят поговорить. Не задумываясь, раскройте перед ними свою душу. Они, как и немцы, обожают поговорить по душам.

Подводя итог, авторы утверждают: их наблюдения наводят на мысль, что с русскими нелегко иметь дело. «Западные бизнесмены могут иметь сильные карты и диктовать какое-то время свои условия, но конечная цель – взаимовыгодные переговоры – будет достигнута лишь путем адаптации к современному русскому менталитету и изменения отношения русских к иностранцам».

Действительно, известно, например, что в совместной производственной деятельности россияне опираются на межличностные доверительные отношения как залог ее успешности. В связи с этим уместно привести мнение о том, что американское предприятие производит прибыль, японское – продукцию. Сказать, что российские предприятия производят межличностные отношения – конечно, преувеличение. Хотя, если вспомнить «товары народного потребления», которыми мы все относительно недавно пользовались... Интересно было бы понять, какие особенности русского менталитета делают столь ценными именно межличностные отношения в деловом общении. Каковы базовые ценности (подробнее см. раздел 7.1), предпочтения, избегания, табу, актуальные для русского межличностного общения в целом (подробнее см. раздел 7, п. 7.2)?

Несмотря на значительные социальные перемены, которые испытывала Россия в последнее столетие, базовые ценности русского народа менялись мало. Они обусловили особенности коммуникации, оказавшие влияние на нашу деловую культуру, по поводу которой сегодня зарубежные исследователи отмечают: «Российские ценности глубоко человечны, их герои универсально аутентичны, их внешние

проявления и символы полны артистизма и эстетики. Для того чтобы преуспеть в отношениях с россиянами, нужно четко держать в своем сознании эти качества, вместо того чтобы уделять слишком много внимания *загадочным и парадоксальным* аспектам их поведения и их современным установкам» (Люис Ричард).

Литература:

Алешина И.В. Западная и восточная деловые культуры// Элитариум, 2005.
<http://www.elitarium.ru/2005/12/14/zapadnaja_i_vostochnaja_delovye_kultury.html>

Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.

Харченко Е.. Особенности изучения языкового сознания носителей корпоративной культуры// Общение. Языковое сознание.

Межкультурная коммуникация. Сб. статей / Институт языкознания РАН. – Калуга: КПКУ им. К.Э. Циолковского. – 2005. – 296 с. – С. 206 – 212.

Лекция 3. Стили делового общения. Методы управления деловым общением.

3.1. Понятие культуры делового общения.

3. 2. Культура речи в деловом общении.

3.3. Понятие корпоративного общения. Стили, формы, функции корпоративного общения.

3. 4. Социально-психологические методы управления деловым общением.

3.1. Культура делового общения – знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату.

Человек с высоким уровнем культуры делового общения обладает:

- эмпатией – умением видеть мир глазами других, понимать его так же, как они;
- доброжелательностью – уважением, симпатией, умением понимать людей, не одобряя их поступки; готовностью поддерживать других;
- аутентичностью – способностью быть самим собой в контактах с другими людьми;
- конкретностью – умением говорить о своих конкретных переживаниях, мнениях, действиях, готовностью отвечать однозначно на вопросы;
- инициативностью – способностью «идти вперед», устанавливать контакты, готовностью браться за какие-то дела в ситуации, требующей активного вмешательства, а не просто ждать, когда другие начнут что-то делать;
- непосредственностью – умением говорить и действовать напрямую;

- открытостью – готовностью открывать другим свой внутренний мир и твердой убежденностью в том, что это способствует установлению здоровых и прочных отношений с окружающими, искренностью;
- восприимчивостью – умением выражать свои чувства и готовностью принимать эмоциональную экспрессию со стороны других;
- любознательностью – исследовательским отношением к собственной жизни и поведению, готовностью принимать от людей любую информацию о том, как они воспринимают тебя, но при этом быть автором самооценки.

3.2. Не менее важной составляющей является *культура речи*. От уровня речевой культуры, охватывающей содержательную, выразительную и побудительную стороны, зависит степень восприятия речи слушателями.

Говорящий (пишущий) должен заботиться о том, чтобы знаки его речи (звучащие слова или знаки письма) были удобны для восприятия: достаточно отчетливо слышимы, видимы. Важно следить за дикцией.

Важно, чтобы речь адекватно отражала заданное содержание, передавала смысл, причем таким образом, чтобы форма речи помогала легче понять содержание речи.

Необходимо иметь в виду, что собеседник может быть менее осведомлен о предмете разговора, а значит, необходимо предоставить ему недостающие сведения, которые, возможно, лишь по мнению самого говорящего, уже содержатся в сказанных словах.

Необходимо уделять должное внимание многозначности, использовать синонимию, иметь в виду ассоциативные связи слов.

3.3. *Корпоративное общение* – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Цель корпоративного общения – постановка определенных целей и конкретных задач. Этим оно отличается от общения в широком смысле слова.

Как бы ни складывались межличностные отношения, в деловом корпоративном общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером (без потерь для обеих сторон). Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т.е. взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время, в стенах организации.

Однако деловое (корпоративное) общение — понятие более широкое, чем служебное, так как включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников, которое происходит не только в организациях, но и на различных деловых приемах, семинарах, выставках и пр.

Корпоративное общение можно условно разделить на прямое (когда имеется непосредственный контакт) и косвенное (между партнерами существует пространственно-временная дистанция). Признается, что прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и убеждения, чем косвенное.

Различают два вида корпоративного общения: вербальное и невербальное. Вербальное общение – общение речевое. При невербальном общении средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, взгляды, территориальное расположение и пр.

Различаются стили корпоративного общения:

– **ритуальный стиль**, в соответствии с которым главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В ритуальном общении

партнер – лишь необходимый атрибут, его индивидуальные особенности несущественны, в отличие от следования роли – социальной, профессиональной, личностной;

– **манипулятивный стиль**, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. По сути, любые обучение, убеждение, управление всегда включают элементы манипулятивного общения.

Эрик Берн в своей книге «Игры, в которые играют люди» указывает, что важные социальные контакты чаще всего протекают как игры (*игра* имеет особое терминологическое значение). Манипуляция – это *скрытое* управление собеседником *против его воли*. Манипулятор добивается нужного ему результата путем обнаружения у оппонента недостатков и слабостей и направленного воздействия на его эмоции и чувства. Манипуляция возникает в тот момент, когда человек начинает исполнять одну из трех ролей, подробно им описанных: Агрессора, Жертвы или Спасителя. Скрытое управление людьми основано на использовании поведенческих моделей, связанных с вышеназванными ролями. При этом человек может избирать тот или иной стиль поведения как преднамеренно, так и бессознательно.

В деловых отношениях манипулятивное воздействие препятствует длительным доверительным отношениям как с клиентом или партнером, так и внутри компании. Стать объектом манипуляции в бизнесе крайне нежелательно, поэтому полагают, что деловому человеку необходимы умения противостоять манипулятивным воздействиям в деловом общении. Разработаны специальные технологии противостояния манипуляциям. Проводятся специальные тренинги, цели которых:

- повышение толерантности участников к ситуациям манипулятивного воздействия в деловом общении (в том числе на переговорах);

- приобретение навыков распознавания манипуляций;
- овладение техниками противостояния манипулятивному воздействию.
- **гуманистический стиль**, который направлен на совместное изменение представлений партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании.

К формам корпоративного общения относятся *деловая беседа; деловые переговоры; спор, дискуссия, полемика; деловое совещание; публичное выступление; телефонные разговоры; деловая переписка.*

Деловая беседа – передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно. Деловая беседа выполняет ряд функций, в том числе: взаимное общение работников из одной деловой сферы; совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов; контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий; стимулирование деловой активности и пр. Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

Деловые переговоры – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.

Спор – столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.

Деловое совещание – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

Публичное выступление – передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.

Деловая переписка – обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.

Главные функции корпоративного общения: организация совместной деятельности; формирование и развитие межличностных отношений. Все это невозможно осуществить без *коммуникативной техники общения*, степень владения которой признается важным критерием профессиональной пригодности работника.

Исходя из вышеизложенного, часто приводятся такие необходимые умения профессионала как участника делового общения:

- формулировать цели и задачи общения;
- организовывать общение;
- разбирать жалобы и заявления;
- владеть стратегиями, тактиками, навыками и приемами общения;
- вести переговоры, управлять деловым совещанием;
- предупреждать конфликты, в ситуации конфликта грамотно регулировать его протекание;
- доказывать и обосновывать, аргументировать и убеждать, достигать согласия, вести беседу, дискуссию, диалог, спор;
- снимать стресс, чувство дискомфорта у собеседника, оказывать влияние на его поведение.

Все вышеперечисленное должно составлять *коммуникативную компетенцию* участника деловой коммуникации.

3.4. Социально-психологические методы управления общением

Заражение – это бессознательное, стихийное принятие личностью определенного психологического состояния.

Внушение – это активное воздействие одного субъекта на другого. Внушение происходит при условиях авторитетности источника внушения, доверия к источнику внушения, отсутствия сопротивления внушающему воздействию.

Подражание – это воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения, манеры говорить и т.п. другого человека. Самое массовое проявление подражания – следование моде, и особенно неосмысленное копирование манеры одеваться, говорить и держать себя наподобие всевозможных кумиров в молодежной среде.

Убеждение (подробнее см. раздел 4.1.) – это целенаправленное воздействие, оказываемое с целью трансформировать взгляды одного человека в систему воззрений другого, является главным методом воздействия на сознательную сферу личности. Его цель – активизировать мышление личности при усвоении информации, формировать у нее убежденность.

В общении *убеждение, внушение, подражание и принуждение* применяются как взаимосвязанная система методов. Считается, что профессионал должен умело их использовать во время проведения рабочих собраний, различных публичных встреч, совещаний.

Литература:

Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М.: Эксмо, 2000. – 576 с.

Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. – М.: Р. Валент, 2005.

Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Альфа-пресс, 2007.

Де Джордж Р.Т. Деловая этика: В 2 т.: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2001.

Третьяков В.П. Корпоративная культура делового общения // Элитариум, 2007.
<http://www.elitarium.ru/2007/09/14/kultura_delovogo_obshhenija.html>

Лекция 4. Модель эффективного общения в деловом общении

4.1. Убеждение как метод управления деловым общением.

4.2 Модель эффективного коммуникативного поведения в деловом общении.

4.3. Использование приемов эффективного делового общения в памятниках древнерусской письменности.

4.1. Деловое общение может рассматриваться как совокупность определенных стратегий и тактик взаимодействия в соответствии с целями, спецификой ситуации, особенностями личности собеседника и др.

Один из важнейших процессов психологического воздействия на партнера по деловому общению – это *убеждение*. Убеждение обладает собственной логикой, которая выстраивается из ряда поэтапных задач, направленных на оказание психологического воздействия:

- необходимо убедить партнера слушать вас, вызвать его заинтересованность;
- помочь ему осознать *вашу* позицию по проблеме и выяснить *его* отношение к вопросу;
- убедить его, что *ваша* позиция будет способствовать удовлетворению значимых для него интересов;
- добиться согласия от собеседника взять на себя обязательство *совместно* действовать оговоренным образом.

4.2. В работах по социальной психологии предлагается несколько моделей эффективного коммуникативного поведения в деловой беседе, в обобщенном виде такую модель можно представить состоящей из *четырёх этапов*.

Определение проблемы: первичный обмен информацией

«Есть то, что может оказаться полезным для нас обоих, давайте это обсудим».

Важна установка на открытость общения, не следует занимать заранее жесткую позицию. Необходимо ясно изложить собственную точку зрения на суть проблемы.

Рекомендации:

- избегайте и враждебности, и ненужных извинений, а также – оценочных реакций в адрес партнера;
- избегайте просьб к партнеру, не побуждайте его к быстрому принятию решения;
- делайте основной акцент на содержание вопроса, а не на своих оценках или впечатлениях.

На этом этапе важна демонстрация *понимания*:

- задавайте вопросы с позиций потребностей и интересов партнера;
- демонстрируйте интерес и уважение к позиции собеседника;
- старайтесь сохранять ситуацию открытой для обмена информацией.

Достижение взаимопонимания: углубленный обмен информацией, поиск решений

«Надеюсь, это вам ясно...» – ошибка. Разумность вашего выбора далеко не всегда очевидна для партнера.

Цель этапа – выявить элементы общности между вашими потребностями и потребностями партнера. Понимание позиции собеседника – важное условие поддержания его интереса к обсуждаемой проблеме. В этом случае вы вправе рассчитывать на его готовность подробно обсудить вашу точку зрения. Более того, вы должны продемонстрировать желание учитывать интересы партнера при принятии решения.

Рекомендации:

- вносите ясность в отношении стоящих целей;
- предлагайте и обсуждайте различные подходы; используйте «активное» слушание.

Улучшение качества общения с партнером требует от нас активного реагирования на его мысли и чувства. Техника понимающего общения – это приемы *эффективного слушания* и *толерантного межличностного взаимодействия* (подробнее см. раздел 5) между людьми.

Выбор наилучшего решения для достижения согласия

<i>Высказывание предложений – это уже начало поиска лучшего решения.</i>

Главная задача на этом этапе – сформировать у собеседника достаточную мотивацию для принятия конкретного решения. Оптимальное решение должно быть выбрано из числа предложенных, затем обсуждено и конкретизировано.

Рекомендации:

- проанализируйте и сравните возникшие варианты разрешения проблемы;

- просчитайте последствия принятия конкретного решения для каждой стороны;
- обсудите конкретные шаги по выполнению того или иного решения.

С какими трудностями можно столкнуться на этом этапе? Как реагировать на возражения и сомнения собеседника?

Рекомендации:

- показывайте собеседнику, что он имеет право на сомнения;
- постарайтесь их осмыслить – это поможет вам глубже понять интересы и потребности собеседника;
- признайте определенную долю риска (плата за реализацию совместных целей) при реализации вашего предложения, но делайте акцент на его преимуществах для собеседника.

Поможет избежать психологических барьеров и защитных реакций собеседника, отрицательно влияющих на процесс убеждения:

- не рекламируйте излишне свое предложение, пока вы не выслушаете его точку зрения, иначе партнер будет реагировать на ваше предложение с подозрением;
- не извиняйтесь за то, что вы обращаетесь к собеседнику с просьбой – извинение уже несет в себе ожидание негативной реакции со стороны партнера;
- берите на себя ответственность, не ссылайтесь на обстоятельства – это укрепит вашу надежность в глазах оппонента;
- контролируйте свое раздражение – ваша нетерпеливость заставит партнера прибегать к защитным реакциям;
- помните о чувстве собственного достоинства собеседника – не допускайте менторского тона;
- не вводите партнера в заблуждение;
- не загоняйте собеседника «в угол», даже отступая, он должен сохранять свое достоинство.

Выполнение принятого решения

Помните, чтобы обеспечить выполнение решения, необходимо обсудить следующие вопросы:

- существует ли согласие в том, что, как и когда должно быть сделано, как будет оцениваться выполнение решения?
- обеспечена ли обратная связь для оценки результатов принятого решения?

4.3. Использование некоторых приемов эффективного делового общения в памятниках древнерусской письменности. Современными исследованиями обнаруживаются психологические знания, отраженные в произведениях древнерусской письменности, которые мы сейчас отнесли бы к сфере делового общения. Анализируя памятник письменности, известный под названием «Послания Даниила Заточенаго к великому князю Ярославу Всеволодовичу» (начало XIII века), психологи приходят к интересному выводу: оно содержит рекомендации, имеющие непосредственное отношение к организационной психологии, и содержит в себе черты современных документов, которые можно определить и как заявление о материальной помощи, и как акт организационного консультирования, и как рекомендации по управлению, говоря современным языком.

Авторы древнерусских письменных источников пользовались приемами, которые наши современники отнесли бы, во-первых, к толерантной коммуникации как таковой, а в современных рекомендациях по толерантной деловой коммуникации назвали бы «располагающими к дальнейшему общению». Эти приемы должны были способствовать *установлению и поддержанию контакта* с адресатом послания: так, автор называет читателя благоразумным, расположенным к людям («Послания Даниила...»), далее сообщает о своих верноподданнических чувствах, указывает на его

главенствующую позицию. Аналогичные рекомендации, выдержанные в рамках современных представлений о *психологическом воздействии на собеседника* (см. выше), приводят специалисты по социальной психологии для первого этапа деловой беседы: «прежде всего необходимо убедить партнера слушать вас, вызвать его заинтересованность».

Не только это, но и ряд других произведений древнерусской письменности приводят «своего рода нормативную психограмму руководителя», описывают его «квалификационные характеристики» («Слово о житии и преставлении великого князя Дмитрия Ивановича», датированное концом XIV – началом XV века). Делается общий вывод, что психологическая мысль, в частности по отношению к области государственного управления, была знакома нашим русским предкам. Для нас же важно в данном случае, что побочным результатом этих исследований должен стать и вывод о том, что то качество личности, которое мы сейчас определяем как **толерантность** (проявляемую в управленческой деятельности), осознавалось нашими предками как *ценностно высокое*: «Вельможамъ своимъ тихоуветливъ въ наряде (распоряжениях) бываше, никого же не оскорбляше, но всех равно любяше...».

Литература:

Климов Е.А. Психологическая мысль в народном сознании далекого прошлого. (Для широкого круга читателей). Учебное пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2006. – 136 с.

Соснин В.А., Красникова Е.А. Социальная психология: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. – 336 с.

Лекция 5. Психологические предпосылки толерантного и интолерантного делового общения

5.5. Интолерантное общение. Культурно-исторические факторы интолерантного общения.

5.2. Субъект интолерантного общения.

5.3. Субъект интолерантного общения в деловой коммуникации.

Чтобы можно было квалифицировать межличностное общение как толерантное, необходим учет многих факторов, это следует из сложности самого понятия **коммуникация**. В исследованиях толерантные-интолерантные установки описываются в связи с рассмотрением различных аспектов общения. Хотя базовыми признаются установки, отраженные в признании *индивидуальности, уникальности, инаковости* партнера по деловой коммуникации.

На основании анализа всей системы отношений выделяются важные понятия – *субъект толерантного и субъект интолерантного общения*. При исследовании проблем интолерантного общения в настоящее время сформировались направления изучения личности с точки зрения культурно-психологического, историко-психологического и этнопсихологического пространства. Важно, что существуют культурнообусловленные детерминанты интолерантных способов общения.

5.1. Культурно-исторические факторы интолерантного общения

Под *интолерантным общением* понимается такое общение, когда один или оба партнера являются субъектами интолерантного общения, один или оба партнера с разной степенью осознанности игнорируют потребности другого, демонстрируют непонимание, мешают

достижению целей общения. В результате этого один или оба партнера испытывают острые эмоциональные переживания. Наиболее распространенными ситуациями интолерантного взаимодействия выступают ситуации «ограничения», «отказа», «обвинения», «оскорбления».

Для понимания причин интолерантного общения в современной русскоязычной деловой коммуникации необходим учет некоторых социально-психологических особенностей наших соотечественников и бывших граждан СССР, которые объясняют модель их поведения в общении. К этим особенностям относят, в первую очередь, *деиндивидуализацию, деперсонификацию, деперсонализацию* системы отношений человека с миром, которые приводят к тому, что индивид в ситуации встречи с «иным» может не испытывать своей личной ответственности. Особо значимо, что такие личности ориентированы не на постижение своей и чужой культуры, своих и чужих ценностей, истории, а на принятие или отвержение внешних атрибутов (одежда, речь, элементы образа жизни и т.д.).

Переживающий деиндивидуализацию человек обесценивает мысли, чувства, желания, интересы, ожидания партнера по деловому общению. У таких людей не вырабатываются навыки аргументации своего поведения в общении, принятии решений в процессе взаимодействия и т.д. — то, что так ценится в деловом общении и делает его эффективным (*см. раздел 4*).

Некоторые авторы указывают также на такую социально-психологическую особенность постсоветского человека, как *заниженная самооценка*, которая провоцирует в деловом общении проявления повышенного эмоционального фона.

5.2. Интолерантное общение. Субъект интолерантного общения

Неотъемлемая характеристика личности как субъекта общения – *эмпатия*. Эмпатия – способность к сочувствию, сопереживанию, умение стать на место другого человека, проникнуть в его внутренний мир, распознать его состояние и отношение. Именно это качество личности позволяет выстраивать оптимальные для делового общения межличностные отношения. Отмечено, что в ситуации интолерантного взаимодействия наблюдается «сворачивание» эмпатии. Это выполняет защитную для партнера по общению функцию: позволяет избежать травмирующего эмоционального опыта.

На основе анализа работ, посвященных межличностному, деловому, педагогическому общению, выделены приводимые ниже характеристики субъектов интолерантного и толерантного общения.

Субъектом интолерантного общения выступает тот, кто не признает свободу, уникальность, ценность партнера по общению, *проявляя* это в стремлении доминировать над ним, в объектном отношении, неприязни, враждебности в его адрес и отчуждении. Такой субъект демонстрирует непонимание, неадекватную оценку возможностей, интересов, потребностей – как собственных, так и партнера, искажает действительное положение вещей. Для него характерна хвастливость, высокомерие, эгоцентричность, за которыми часто скрывается низкая самооценка. Партнер же воспринимает такого человека как самоуверенного, напористого, отмечает у него отсутствие интереса к другому, подчеркивает враждебность и стремление доминировать.

Субъект интолерантного общения описывается, в частности, через комплекс отношений к партнеру по общению, главные из которых: *враждебность, недоверие, подозрительность, ненависть, антипатия, негативизм, неприятие, агрессивность, отчужденность,*

дистантность, игнорирование, безразличие, равнодушие, доминирование, подавление, власть, контроль.

Субъект толерантного общения также может быть описан через совокупность различных отношений к другому: *симпатия, доверие, принятие, терпимость, заинтересованность, внимание, эмоциональная близость, одобрение, уважение, поддержка, подчинение.*

5.3. Субъект интолерантного общения в деловой коммуникации. В исследованиях, посвященных изучению *делового общения*, также рассматриваются сбои, трения, конфликты, которые обусловлены ролевой позицией партнеров. Выявлено, что субъект интолерантного делового общения:

- стремится к индивидуальному стилю выполнения задачи;
- часто чередует уход и возобновление контакта с партнером или полный отказ от контакта;
- симулирует несогласие с целью дезинформации партнера и сокрытия от него правильных выборов решения задачи;
- выбирает не соответствующие характеру деятельности невербальные и вербальные средства общения;
- использует чрезвычайно свернутые формы обращения;
- предпочитает громкую речь и т.д.

Авторами подчеркивается, что перечисленные характеристики субъекта делового общения преимущественно обусловлены его антипатией, неприятием, враждебностью и неуважением к своему деловому партнеру, а также его эмоциональной нестабильностью.

В контексте **межкультурной коммуникации** из работ по этнической психологии следует, что субъект интолерантного общения прежде всего выступает носителем *личностных* качеств, которые в культуре партнера по общению имеют другую (противоположную, более высокую, более низкую) ценность.

Литература:

Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М., 1999.

Лабунская В.А. Социально-психологические презентации толерантного – интолерантного межличностного общения. Ростов-на-Дону, 2002. – 122 с.

Шрейдер Ю.А. Человеческая рефлексия и две системы этнического сознания // Вопросы философии. 1990. №7.

Лекция 6. Этнопсихологические причины коммуникативных сбоев в деловом общении

6.1. Неудачное сочетание качеств разных этносов.

6.2. Моноактивные, полиактивные и реактивные культуры в деловой коммуникации.

6.3. Несовпадение языковых картин мира у представителей разных народов.

6.4. Юмор в деловом общении.

6.5. Трудности перевода.

Этнопсихологи приводят интересное наблюдение: члены делегаций на современных международных деловых переговорах могут не иметь значительных внешних отличий: их портфели и калькуляторы одних торговых марок, одинаковые деловые костюмы и пр. «Мы склонны думать, что они, безусловно, понимают наши намерения и мотивы. Скорее всего, они исходят из тех же наивных допущений, тоже еще не видят, что скрыто под внешним космополитизмом. За ним, однако, функционируют *два разных менталитета*, заявляющих о себе *на разных языках*, подчиняющихся *разным нормам* и ориентированных *на разные цели*, добивающиеся их также по-разному» (Льюис Ричард).

6.1. Коммуникативные барьеры, вызванные неудачным сочетанием качеств разных этносов. В ситуации межкультурного общения могут быть реализованы разные сценарии столкновения различных взглядов и ценностей, если речь идет о культурах *близких* или *чужих*.

Таблица 1. Сценарии развития ценностей и взглядов в различных культурах (на примере культурного события «опоздание на деловую встречу»)

	Ценности и взгляды	
	Их культурные проявления	
В чужой культуре ↓	В родной культуре ↓	В близкой культуре ↓
Сопротивление ↓	Одобрение ↓	Частичное одобрение ↓
Защита ↓	Повторное проявление ↓	Адаптация ↓
Тупиковая ситуация ↓	Развитие культурной черты ↓	Примирение ↓
Отказ от общения	Акцентуированные черты или традиции	Сочувствие (эмпатия)
Чужая культура	Родная культура	Близкая культура

Итальянец может опоздать на встречу. У представителей его родной культуры это не вызовет негодования. В Германии такое опоздание вызовет культурный шок и не останется без последствий. В

близкой культуре (во французской) также будет выражена критика, но в более мягкой форме, которая не приведет к необходимости для итальянца защищаться; а в первом случае такая защита со стороны итальянца может привести к *конфронтации*.

Таблица 2. Механизм развития коммуникативных барьеров, которые возникают при взаимодействии японской сдержанности и романской эмоциональности

ЯПОНЦЫ	
Застенчивость ↓	Недоверие к изменчивости ↑
Скромность ↓	<i>Непостоянство</i> Неприязнь к экстраверсии ↑
Медлительность ↓	↑
Молчаливость ↓	<i>Экстраверсия</i> Недоверие к быстрой речи ↑
Немногословность ↓	<i>Быстрая речь</i> Недоверие к чрезмерной эмоциональности ↑
Резкость ↓	<i>Эмоциональность</i> ↑
Топорность выражения ↓	<i>Язык телодвижений</i> ↑
Японская умеренность ↓	Японское недоверие к словам <i>Многословие</i> ↑
РОМАНСКИЕ НАРОДЫ	

Коммуникативные барьеры в деловом общении могут быть вызваны неудачным сочетанием качеств разных этносов. Так, трудности коммуникации возникают при взаимодействии японской сдержанности и романской эмоциональности.

6.2. Моноактивные, полиактивные и реактивные культуры в деловой коммуникации. Культуры мира могут быть разделены на три группы: *моноактивные*, ориентированные на задачу, четко планирующие деятельность; *полиактивные*, ориентированные на людей, словоохотливые и общительные; *реактивные*, интровертивные, ориентированные на сохранение уважения.

Когда люди, принадлежащие к моноактивной и полиактивной культурам, работают вместе, они испытывают взаимное раздражение. До тех пор, пока одна сторона не приспособится – возникают конфликты. Немцы спрашивают, почему мексиканцы не приходят вовремя, почему не следуют согласованному плану? Мексиканцы спрашивают, зачем придерживаться плана, если обстоятельства изменились, зачем придерживаться сроков, если при этом надо ускорить темп и потерять в качестве?

Шкала моноактивности ⇔ полиактивности

1. Немцы, швейцарцы
2. Американцы (белые американцы-протестанты)
3. Скандинавы, австрийцы
4. Англичане, канадцы, новозеландцы
5. Австралийцы, южноафриканцы
6. Японцы
7. Датчане, бельгийцы

8. Американские субкультуры (например, евреи, итальянцы, поляки)
9. Французы, бельгийцы
10. Чехи, словаки, хорваты, венгры
11. Жители Северной Италии (Милан, Турин, Генуя)
12. Чилийцы
13. Русские, другие славяне
14. Португальцы
15. Полинезийцы
16. Испанцы, итальянцы-южане, средиземноморские народы
17. Индийцы, пакистанцы
18. Латиноамериканцы, арабы, африканцы

К реактивным культурам относятся Япония, Китай, Тайвань, Сингапур, Корея, Турция и Финляндия. В ряде других стран Восточной Азии черты реактивной культуры выражены более или менее полно. В Европе только финны обладают выраженной реактивностью, однако англичане, турки, шведы при необходимости проявляют черты, характерные для реактивной культуры. Народы реактивных культур – отличные слушатели, концентрируются на получаемой информации, практически не перебивают говорящего. Они интровертны, не доверяют многословию, активно используют своеобразную (телодвижения, а не жестикуляция) невербальную коммуникацию. Полиактивным участникам деловой коммуникации они кажутся непроницаемыми.

В реактивных культурах предпочтительным способом общения является последовательность: *монолог – пауза – размышление – монолог*.

Представители реактивных культур в деловом общении не только опираются на полупаузы, но и используют то, что западный человек определил бы как «ходить вокруг да около».

Поскольку здесь в диалоге реже используются имена, то дискуссия часто приобретает безличный характер.

Существует разница в обмене взглядами – финн или японец смотрит в глаза только в начале дискуссии или в начале монолога партнера. Льюис Ричард так описывает характерное поведение на переговорах двух групп японцев.

«Японские «противостоящие» друг другу делегации часто предпочитают сидеть по одну сторону стола и созерцать нейтральное пятно стены напротив, спорадически вступая в разговор или, задумавшись, вместе хранить молчание. Время от времени они бросают взгляд искоса, чтобы удостовериться в согласии с выдвинутым положением. Затем вновь настает черед изучать стену».

Светский разговор дается реактивным культурам с трудом. Их долгое молчание вовсе не означает, что им нечего сказать, как полагают в этот момент европейцы. Даже когда их ответ озвучен, следует помнить, что он означает лишь часть того значения, которым наполнено происходящее. Большое значение имеет, таким образом, *не высказанное*.

Таким образом, при встрече с реактивной культурой предполагается следующая последовательность действий в деловой коммуникации:

- внимательно слушать;
- понимать намерения собеседника;
- некоторое время хранить молчание, чтобы оценить значение сказанного;
- затем задавать уточняющие вопросы;
- конструктивно реагировать;
- поддерживать определенную степень непроницаемости;
- уметь приспособиться к сильным сторонам и достижениям партнера;
- улучшать их;
- совершенствовать.

Проявление речевой агрессии в деловом общении представителей реактивных культур – ситуация чрезвычайная.

Если вы спрашиваете финнов, что они думают по этому поводу, они начинают *думать*. И делают это молча. А представители полиактивных культур практически не выносят молчания.

6.3. Трудности деловой коммуникации, обусловленные несовпадением языковых картин мира у представителей разных народов. События могут восприниматься по-разному разными людьми, особенно если это представители различных культур. То, что англичанин называет «честной игрой», немец может воспринимать по-другому, а в обществе, где нет организованных игр, это выражение вовсе может потерять смысл. Уже хрестоматийным стал пример об англичанине и зулусе, которым сложно будет пообщаться по поводу проблем правового государства.

Необходимо помнить, что у носителей разных языков языковые картины мира не совпадают. Собеседники могут смотреть на мир разными глазами. Картина мира меняется от одного языка к другому, и деловое поведение меняется вслед за ней. Какими бы мультикультурными ни стараются быть собеседники, они не могут чувствовать мир так же, как партнер. Можно знать обычаи народа, предпочтения и табу, верования, философию, но только изучение языка позволило бы (в отношении способности представлять и описывать мир) воспринимать реальность почти как он. Согласно гипотезе Сепира–Уорфа, не только сознание выстраивает систему языка определенным образом, но реализуется и обратное влияние.

Различным языкам соответствуют различные «сегменты опыта», и для эффективного делового общения не остается ничего другого, кроме как изучать больше языков. Понятно, что невозможно выучить их все, но уже одно то, что мы знакомы с проблемой и учитываем картину мира

партнера, поможет установить такой уровень взаимопонимания, какой возможен при различии менталитетов.

6.4. Юмор в деловом общении. Партнеры по деловому общению, стремясь завязать неформальные отношения, прилагают усилия, чтобы создать более непринужденную обстановку, и прибегают к юмору. Однако у юмора есть противоположная сторона, связанная с большим риском. То, что кажется европейцам забавным, арабы могут воспринять как святотатство, а китаец может этого не понять. Одной и той же шутке смеются далеко не все.

На Востоке мало кого забавляет американский или европейский юмор. Конфуцианская и буддийская приверженность правдолюбию, доброте, искренности и учтивости исключает из общения сарказм, сатиру, гиперболу, пародию; а также делают неуместными шутки по поводу религии, секса.

Систематически к юмору в деловом общении обращаются в англосаксонских странах. В Канаде и Новой Зеландии юмор легкий, в Австралии может быть колким и провокационным. В США подтрунивание и притворное негодование считается обычным в деловом общении, англичане не выносят долгих и натянутых встреч.

Кроме того, есть народы, которые в деловом общении вообще не принимают юмора. Немцы считают юмор неуместным во время серьезных переговоров – это приносит путаницу в дискуссию, но они охотно шутят уже после переговоров в неофициальной обстановке; японцы также не видят от юмора в деловом общении никакой пользы, хотя ценят создание комфортности для партнера.

6.5. Трудности коммуникации, обусловленные неадекватностью перевода. Льюис Ричард приводит случай, когда на английском языке было сказано «я допускаю», на французский было переведено «я пришел к выводу», а затем в переводе с французского на русский это прозвучало как «я считаю», так что изначальный смысл

предположительности был утерян. Если подобное возможно в переводе с трех близких индоевропейских языков, то два таких далеких друг от друга языка, как английский и навахо, должны находиться в буквальном смысле в двух разных мирах. Для деловых людей очень важно хорошо представлять себе, что из этого следует.

Литература:

Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 448 с.

Льюис Ричард Д. Тренинг эффективного общения: Пер. с англ. М.: Эксмо, 2002.

Лабунская В.А. Социально-психологические презентации толерантного – интолерантного межличностного общения. Ростов-на-Дону, 2002. – 122 с.

Владимирова Т.Е. Призванные в общение: Русский дискурс в межкультурной коммуникации. М.: КомКнига, 2007. – 304 с.

Знаков В.В. Понимание и познание в общении. Самара: САМГПУ, 1998. – 188 с.

Коул М. Культурно-историческая психология: Наука будущего. - М.: Когито-центр: Изд-во Института психологии РАН, 1997. – 432 с.

Рощупкин В.Г. Кросскультурная грамотность студента – будущего учителя: диагностика, формирование / В.Г. Рощупкин. – М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2006.– 240 с.

Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998. – 389 с.

Иконникова Н.К. Механизмы межкультурного восприятия // Социс. – 1995. № 11. С.26–34.

Лекция 7. Аксиологические истоки русского коммуникативного поведения в деловом общении в сопоставлении с иноязычным коммуникативным поведением

- 7.1. *Оценка коммуникативного поведения: анализ русских афоризмов.*
- 7.2. *Особенности русского менталитета: межличностные отношения.*
- 7.3. *Языковое сознание носителей современной русской корпоративной (офисной) культуры.*
- 7.4. *Особенности западного межличностного дискурса.*
- 7.5. *Китайский межличностный дискурс.*
- 7.6. *Некоторые особенности вьетнамского коммуникативного поведения.*
- 7.7. *Особенности делового общения арабов.*

Чтобы понять специфику русского делового общения, важно понимать, каковы ценностные идеалы, представления, актуальные для русского межличностного общения в целом. Известно, например, что в совместной производственной деятельности россияне опираются на межличностные отношения как на залог ее успешности.

Исследователи полагают, что один из базовых ориентиров русского коммуникативного поведения – *народные представления о нравственном законе.*

7.1. Анализ русских афоризмов: аксиологическая оценка коммуникативного поведения. Интересные данные предоставляет анализ афоризмов, которые содержат оценки коммуникативного поведения. Афоризмы используются носителями языка для аргументации собственного поведения, а в контексте межкультурной коммуникации открывают носителю другой культуры новый для него мир ценностных ориентиров, представлений, установок. Пословицы и

крылатые выражения, таким образом, не только хранят информацию – они сами порождают ценностные ориентиры.

При их анализе с аксиологической точки зрения выделено три пласта:

– *натуралистически-родовой пласт* объединяет представления о родной земле, природе, космосе, восходящие к языческому миропониманию и заповеди должного отношения к ним;

– *карикативный пласт* раскрывает ценность взаимного расположения в общении, предостерегая от нарушения нравственных законов, отражает понимание отношений между членами различных социальных групп; семьи, друзьями, соседями и др.: *На что с тем дружить, кто охоч браниться; Без корня и полынь не растет; Русский человек без родни не живет; Сам пропадай, а товарища выручай; Друг познается в беде; Суженого конем не объедешь и пр.;*

– *ритуалистический пласт* включает представления о важности следования принятому религиозному канону и о необходимости духовного самосовершенствования: *Не бойся никого, кроме Бога одного; Все мы под Богом ходим; Без веры Господь не избавит, без правды Господь не исправит.*

Полагают, что христианство внесло в русское коммуникативное поведение новое отношение к другому: *исходным положением стало принятие любви к ближнему.* Это положение широко представлено в русском межличностном дискурсе: *Люби ближнего как себя; Лучшие давать, чем брать; Как аукнется, так и откликнется; Придержи язык в беседе, а сердце в гневе; Кроткое слово и буйную голову смиряет; Умный любит учиться, а дурак учить.*

Особое отношение христиан к логосу, а среди русских пословиц значительная доля библейских заимствований (*Словом Господь мир создал, словом Иуда Господа предал*) предписывало собеседникам быть искренними и внимательными друг к другу. Но интересно, что

пословицы отмечают и прагматическую выгоду от доброго отношения: *Хорошо добро делать тому, кто помнит*. Кроме того, отражена правомерность следования собственной выгоде: *Всяк хлопочет, себе добра хочет; С волками жить, по волчьи выть*.

7.2. Вся совокупность пословиц, пополнявшаяся веками, выстраивается в русском коллективном сознании в комплекс назиданий, оценок, размышлений, который важен для понимания русского **менталитета**.

Менталитет (от греч. *mentatis* – ум, разум, мышление, рассудок) – совокупность представлений, способов поведения, восприятия, реакций, склад ума и души народа, обусловленные психическими характеристиками нации и социально-историческими условиями ее существования.

Менталитет в целом подвержен изменениям в разные исторические эпохи, но последними исследованиями современного русского менталитета была подтверждена гипотеза о воспроизводимости *стержневых ценностей* народного опыта. Ведущей характеристикой современных россиян признается ***преобладание морального сознания над политическими и правовыми представлениями***. Это, прежде всего, *совесть и правдивость*, они проникают в правовые и профессиональные отношения. ***Концепт совесть*** – важнейшая из доминант русского межличностного общения, ***правда*** выступает в качестве нравственного идеала. Для выстраивания деловой коммуникации с русскими бизнесменами и чиновниками важно, что ***в совместной производственной деятельности россияне опираются на межличностные отношения как на залог ее успешности***. Поэтому при сравнении западноевропейского и российского опыта совместной профессиональной деятельности отмечается, что для ее успеха в России люди должны вступить в личные, доверительные отношения.

Концепт – основная единица ментальности; понятия «жизненной философии» (Н. Арутюнова), закрепленные в лексике естественных языков и обеспечивающие преемственность и стабильность духовной культуры этноса. Концепты разделяются на индивидуальные, групповые (возрастные, половые, социальные), общенациональные. Примеры названий концептов: «дело», «судьба», «совесть», «хлеб», «жизнь» в русской лингвокультуре; «достоинство», «успех» – в англоамериканской лингвокультуре, «порядок» – в немецкой.

Исследователи отмечают постоянство основополагающей характеристики российского менталитета – **вера**, со временем меняется лишь ее объект: в разные периоды проявляется как вера в Христа, в царя, в мировую революцию, в социальную справедливость. Другая важная характеристика российской ментальности – **идеалы общинности, соборности, коллективизма, сочувственного взаимопонимания и взаимоотношения**. Хотя исследования выявили также **стремление к самостоятельности**, а также связанную с ним **смелость**.

Эти особенности национального самосознания определяют самобытность русского межличностного дискурса, ориентированного на **эмоциональную открытость, истинность и содержательную значимость**.

В исследованиях относительно постперестроечного современного периода отмечается, что для него характерны «расширение поля трудностей общения» и усиление интенсивности ощущений, вызванных **интолерантным общением** (подробнее см. раздел 5).

7.3. Языковое сознание носителей современной русской корпоративной (офисной) культуры. Для описания специфики современной русской деловой коммуникации важен объект исследования, который все еще является для психологов новым – корпоративная культура. *Корпоративная (организационная) культура* определяется исследователями как набор наиболее важных

предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.

Корпоративный язык, с одной стороны, зависит от корпоративной культуры конкретной организации, а с другой – сам влияет на нее. Корпоративный язык является средством хранения и передачи традиций, правил в организации. Психологи используют его для диагностики сложившейся на предприятии корпоративной культуры. Корпоративная культура понимается при этом как совокупность текстов, используемых в конкретной организации для выражения специальных смыслов.

Любая корпоративная культура испытывает влияние национальной культуры, носителями которой является большинство сотрудников организации. Мы уже указывали на важность изучения пословиц и афоризмов определенной лингвокультуры для понимания ее аксиологических корней. С появлением большого количества офисов и развитием сети Интернет активно появляются новые пословицы и поговорки, анекдоты и иные тексты, активно цитируемые в организациях. При анализе можно отметить новые реалии в деловых отношениях, переигрывание известных текстов, использование иностранных терминов (в первую очередь экономических). В качестве примера в исследованиях приводятся скороговорки:

Карл у Клары украл доллары, а Клара у Карла – кварталный отчет.

Работники предприятие приватизировали, приватизировали да не выприватизировали.

Не видно – ликвидны акции или не ликвидны.

Налогооблагаемая благодать.

Деидеологизировали, деидеологизировали и додеидеологизировались.

Пословицы и поговорки офисного языка:

Красна секретарша не тем, что красавица, а тем, что с факсом управится.

Не вернул кредита – считай, рожка бита.

Не тот богат, кто цены накручивает, а тот, кто сделки прокручивает.

Не имей 100 %, а имей 100 клиентов.

Нет больше сраму, чем жмотиться на рекламу.

Кто не работает, тот не ест то, что ест тот, кто работает.

Эти и подобные им тексты отражают некоторые особенности современной русской корпоративной культуры. Их широкое распространение является подтверждением того, что авторы смогли увидеть и отразить актуальные для своей социальной группы реалии нашего времени.

7.4. Особенности западного межличностного дискурса.

Рассматривая направленность *западноевропейского межличностного дискурса*, исследователи отмечают, что объединяющей тенденцией остается ее *общая личностная направленность*, восходящая к античной этике диалога. Подчеркивается *индивидуальность* и *уникальная значимость* каждого человека, в оценке каждого человека доминирует представление о его *свободе, инициативности и способности к самореализации*. Это привело к развитию *индивидуалистической культуры*, которая отличалась от русской культуры, с характерными для нее представлениями об *общих, единых идеалах и ценностных ориентирах*.

Изучая *польский межличностный дискурс*, исследователи пришли к выводу, что общеславянское прошлое, которое сохранилось в польском и русском языках, вера в христианские ценности, тяжелые испытания и разочарования в социальных проектах прошлого века обусловили определенную близость речевого поведения. А характерные

для русской культуры идеалы соборности и коллективизма и признание права человека на индивидуальность в польском самосознании могут стать причиной *затруднений* во взаимопонимании представителей этих лингвокультурных общностей.

7.5. Китайский межличностный дискурс. Существует **глубокая преемственность китайской этики общения**. Это находит отражение в *высоком статусе семьи, следовании этике «лица», «гармонии срединного», позволяющего избежать дискомфорта в общении*. В деловом общении расспросы партнера о его семье являются проявлением внимания и уважения, в противоположность европейской традиции. Высоко оценивается *скромность, готовность к дружеским отношениям, стремление к совершенствованию путем исправления допущенных ошибок*. В то же время большой слой пословиц призывают *избегать излишней откровенности в общении*.

Обоими этносами развивались особого типа коллективистские культуры, отличающиеся от индивидуалистической культуры Западной Европы. Хотя характерный для русской культуры коллективизм основывался на любви и соборности, а китайский – на представлениях об иерархической структуре общества и этике «лица», определенная общность этики существует. Вместе с тем следует обратить внимание на неакцентированность в китайских народных афоризмах таких ценностных ориентиров речевого поведения, как *совесть, справедливость, поиск истины, правда*. А характерная для китайцев приоритетность *силы, трезвого расчета, практическая полезность результата* – не входит в базовые ценности русского самосознания. Существенным в достижении взаимопонимания является также различие в восприятии самого хода жизни: оптимистичное – для китайцев и пессимистичное – для русских.

«Этику лица» в китайской культуре сформировали *идея иерархичной организации общества, стремление к согласию в*

отношении с окружающими, чувство долга перед семьей и государством, предписывающее избегать конфликтов в общении. Этика лица является доминантой китайского стиля общения, она диктует следующие ориентиры поведения:

- «гармония срединного», предостерегающая от чрезмерности в общении;
- поощрение скромности и взыскательного отношения к себе;
- поощрение сердечного общения;
- приоритетность назидательной дружбы;
- осуждение негативных оценок в адрес других; необходимость самосовершенствования;
- поощрение решительности и оптимизма в делах;
- предостережение от излишней доверчивости в общении;
- значение коллективности в принятии решения.

Партнеру по деловому общению как носителю китайской лингвокультуры предписывается гармонизировать общение, исключать проявления эгоизма и нетерпимости в отношении собеседника.

Какие особенности этикета в деловом общении сегодня следует учитывать? Рукопожатие широко распространено среди китайцев, возможно также, что ваш партнер кивнет в знак приветствия или поклонится (от плеч, в отличие от японцев, которые кланяются от пояса). В речи фамилия ставится на первое место, обычно она состоит из одного, реже – двух иероглифов. За фамилией следует двусложное (реже односложное) имя: Дэн Сяопин (Дэн – фамилия, Сяопин – имя). Не следует обращаться к собеседнику-китайцу только по фамилии. С фамилией должны использоваться: титул («президент»), или должность («директор»), или обращение («господин», «товарищ»). Только близкие друзья или родственники обращаются к китайцу по имени.

При знакомстве китайцы могут не улыбаться – по традиции им не предписывается проявлять эмоции в незнакомой обстановке. Сделать

более эффективным общение с китайским партнером по телефону помогут следующие правила делового этикета: нужно поднять трубку до четвертого звонка; поприветствовать в дружественной форме; если разговор затягивается, уместно спросить, есть ли у собеседника время для продолжения разговора; убедитесь, что вы верно поняли сообщенную информацию.

Во время деловых встреч китайцы проявляют повышенное внимание к сбору информации относительно предмета обсуждения (см. *реактивный тип активности*), а также партнеров по переговорам; к формированию «духа дружбы» по отношению к партнерам. В процессе переговоров китайцы четко разграничивают их этапы. На начальном этапе на основе внешнего вида, поведения каждого из участников китайские партнеры стараются определить их статус, в том числе и неформальный. Обычно окончательное решение принимается китайской стороной после долгих и тщательных согласований. В китайских делегациях, как правило, много экспертов.

Китайские участники переговоров стремятся, чтобы партнер первым озвучил свои позиции по обсуждаемому вопросу, первым сделал предложение. Если делается уступка – это происходит в конце переговоров, когда уже оценены возможности партнеров и порой кажется, что переговоры зашли в тупик. Большое значение придается выполнению достигнутых договоренностей.

Базовые убеждения китайцев и их влияние на бизнес

Существует большая дистанция между разными уровнями власти.

Неравенство во взаимоотношениях желательно и приветствуется.

Следует повиноваться родителям, учителям и начальству.

Возраст придает приоритет во взаимоотношениях.

Идеальный начальник – благосклонный автократ.

Менеджеры получают привилегии. Подчиненные рассчитывают на то, что им сообщат, что нужно делать.

Индивидуализм под запретом.

Взаимоотношения между людьми более важны, чем решаемые задачи.

Конфронтации следует избегать. Конечная цель – достижение гармонии и консенсуса.

Стремление к добродетели более важно, чем поиск истины. Оба партнера могут быть правы, если они добродетельны.

Китайцы выстраивают долгосрочную ориентацию и ставят долгосрочные цели.

Поведение китайцев на встречах и переговорах

Китайцы предпочитают держаться на встречах официально.

Размещаются в соответствии со служебной иерархией.

К старшему группы следует постоянно проявлять большое уважение и внимание, даже если он не принимает активного участия в переговорах.

Решения часто принимает заместитель или вице-председатель.

Реальные решения принимаются не на встречах, которые служат главным образом для сбора информации.

Китайцы ведут переговоры медленно и монотонно. Западные бизнесмены воспринимают это иногда как уловку.

Они ведут себя вежливо, стараются избежать «потери своего лица» для себя и партнеров.

Китайцы редко говорят «нет» в тяжелых ситуациях и лишь намекают на это.

На переговорах – дух коллективизма, не «я» – только «мы».

Полномочия не передаются от лидеров к подчиненным. В коллективистской культуре люди избегают ответственности за принятие решения.

Переговоры в Китае являются общественным событием, во время которых выясняется, является ли другая сторона подходящим партнером для выстраивания долгосрочных отношений.

Китайцы ведут переговоры шаг за шагом. Они предпочитают начинать переговоры с основных вопросов, интересных для обеих сторон. Рвение добиться подписания контракта в скорейшие сроки им не нравится.

Приоритет отдается взаимному доверию в долгосрочных отношениях, они смотрят вперед за пределы сроков конкретной сделки.

Китайцы экономны, осторожны и терпеливы. Их партнерам также необходимо проявить терпение и выносливость.

Они сочетают гибкость с жесткостью, надеются, что вы также обладаете этими качествами.

Они становятся очень надежными партнерами, как только решат: кто, что, когда и как лучше всего.

Они знают размеры своего рынка и используют это знание в своей ценовой стратегии.

7.6. Некоторые особенности вьетнамского коммуникативного поведения. Изучая *вьетнамское коммуникативное поведение*, исследователи отметили в нем определенную иерархичность. Более молодые вступают в общение с разрешения старших. *«Первое – учиться вежливости, а потом литературе»*, - так гласит вьетнамская пословица. Если в русском, английском и других языках приветствие отражает время суток («доброе утро»), то во вьетнамском языке эта форма отсутствует, зато актуализируются социальные или родовые отношения. Возможны несовпадения правил речевого этикета: вьетнамец при общении с людьми любит изучать, оценивать, наблюдать. Его интересуют в том числе и биографические сведения о собеседнике:

когда и где он родился, сколько ему лет, имеет ли он семью, живы ли его родители, где и кем он работает. Такая особенность вьетнамского коммуникативного поведения неоднозначно оценивается представителями других культур.

Для вьетнамца очень важен собственный престиж, что приводит к попытке скрыть свое незнание. В отличие от европейцев, вьетнамцы не любят говорить прямо, а начинают издали, намеками, таким образом заставляя своих собеседников угадать, каковы их намерения. Вьетнамцы могут недоговаривать, осторожно высказывать свои личные мнения, уклоняться от высказывания (сравните с описанием поведения японских участников переговоров, раздел 2)

7.8. Особенности делового общения арабов. Полагают, что между западным мировоззрением и арабским существуют значительные различия, которые обуславливают трудности деловой коммуникации.

В большинстве арабских стран церковь не отделена от государства и ислам оказывает сильное влияние на общественное поведение, политику и бизнес.

Если на Западе основная общественная единица – индивидум, в арабских странах это семья.

Статус человека в арабском мире определяется его сословной принадлежностью.

Запад верит в общественные институты и организации, арабы верят в лидеров, ведомых Богом.

Арабы стараются адаптироваться к современным формам поведения без изменения традиций.

Арабы убеждены, что мужчины и женщины обладают различными личностными качествами.

В арабских странах милосердие – одно из самых почитаемых качеств, в то время как на Западе уважают силу.

Для арабов друг – человек, который не может отказать в просьбе. Об этом следует помнить, устанавливая дружеские отношения в делах.

Арабы не скрывают информацию о своих семьях и связях.

Арабы больше ожидают похвалы, чем западные люди, и более болезненно реагируют на критику.

На переговорах представители Запада стараются найти логические доводы, арабы прибегают к личным аргументам, призывам и настойчивым убеждениям.

Арабы сидят или стоят намного ближе к собеседнику, чем на Западе; они могут часто прикасаться к собеседнику.

Они приветствуют визиты и долгие беседы.

Гостеприимство в арабских странах радушнее, чем на Западе.

Общественные события или деловые встречи у арабов не имеют точного времени начала и завершения.

Главное – избегать слов или поступков, которые могут показаться оскорбительными или унижительными для арабов. Это употребление алкоголя, несоответствующая одежда, фамильярность по отношению к женщинам, а также сомнения в основных принципах ислама.

Арабы ценят искренность на переговорах и рассчитывают на взаимное уважение. Арабы не изменяют своей полиактивности – словоохотливости, посягательств на «личные секреты», вольного обращения со временем, активной жестикуляции; поэтому нужно быть готовым к приспособлению.

Арабы легче общаются с тем, кто им нравится. Постарайтесь понравиться.

Смотрите прямо в глаза при разговоре, снимайте солнечные очки.

Представители Запада могут чувствовать себя неловко при проявлении явной лести в их адрес или заверениях в дружбе. Это манера разговора, поддержите его со своей стороны – хвалите (только не женщин).

Деловые переговоры строятся на личных взаимоотношениях. Важно показать, что вы хотите иметь дело именно с этим партнером и ни с кем другим. Арабские партнеры ожидают, что вы оцените их связи.

Проявляйте внимание к членам семьи, которых вам представили. Справляйтесь об их здоровье и благополучии. Привозите подарки.

Есть следует только правой рукой, те блюда, которые вам предложат.

Вам не принесут успеха осторожность, краткость и паузы на раздумья во время переговоров. Это вызовет замешательство.

Говорите громче, это будет свидетельствовать о вашей искренности.

Эмоциональная речь в арабском мире – нормальное явление.

Арабы большие поклонники ораторского искусства, они оценят в вас это умение.

Арабы не любят обсуждать неприятные темы – болезнь, неудачи, несчастные случаи или смерть. Не затрагивайте этих тем.

Арабы питают глубокое уважение к печатному слову, с газетами на арабском языке следует обращаться аккуратно, ничего в них не заворачивать.

В вашей деловой беседе с арабскими партнерами могут принять участие не имеющие к делу отношения, но в этот момент пришедшие к ним в офис.

Арабы восхищаются образованностью, знаниями и опытом.

Проявляйте к ним искренний интерес, получайте и делайте одолжения, будьте гибким и раскрепощенным в общении.

Литература:

Абульханова К.А. Мировоззренческий смысл и научное значение категории субъекта // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. М., 1997.

Владимирова Т.Е. Призванные в общение: Русский дискурс в межкультурной коммуникации. М.: КомКнига, 2007. – 304 с.

Лабунская В.А. Социально-психологические причины интолерантного общения// межкультурный диалог: исследования и практика/ Под ред. Г.У. Солдатовой, Т.Ю. Прокофьевой, Т.А. Лютой. М., 2004.

Ле Дык Тху. Некоторые особенности вьетнамского речевого этикета в сопоставлении с русским. Русский язык за рубежом, 1, 2003. С. 106-108.

Колесов В.В. Язык и ментальность. – СПб, 2004.

Панченко А.М.. О русской истории и культуре. – СПб., 2000.

Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка: Семиотические проблемы лингвистики, философии, искусства. М., 1985.

Сун Сяолин. О некоторых особенностях делового этикета в Китае // Язык, культура, менталитет: проблемы изучения в иностранной аудитории: Материалы V международной научно-практической конференции 12–14 апреля 2006 г. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2006. – 282 с. – С. 151 –154.

Федотов Г.П. Стихи духовные. Русская народная вера по духовным стихам. - М., 1991.

Харченко Е.. Особенности изучения языкового сознания носителей корпоративной культуры // Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация. Сб. статей / Институт языкознания РАН. – Калуга: КПКУ им. К.Э. Циолковского. М 2005. – 296 с. – С. 206 – 212.

Лекция 8. Гендерный аспект деловой коммуникации

8.1. *Исследование гендера в лингвистике, в речевом и коммуникативном поведении, деловой коммуникации.*

8.2. *«Женственность» и «мужественность» в русском языковом сознании*

8.3. *Гендерные аспекты невербального коммуникативного поведения.*

8.4. *Фемининная, маскулинная личности в толерантно-интолерантном общении.*

8.1. Исследование гендера в лингвистике, в речевом и коммуникативном поведении, деловой коммуникации. Понятие *гендер* вошло в научный обиход с развитием гендерных исследований, изучающих процесс социального конструирования различий между полами. Он считается одним из параметров социальной идентичности индивида. Как продукт культуры гендер отражает представления народа о *женственности* и *мужественности*, зафиксированные в языке, фольклоре, сказках, традициях. В коллективном сознании присутствуют гендерные стереотипы – упрощенные представления о свойствах и качествах лиц того или иного пола. Исследование гендера в лингвистике касается двух групп проблем.

1. *Отражение категории пола в языке.* Цель такого подхода состоит в описании и объяснении того, как проявляется в языке категория пола, какие оценки приписываются мужчинам и женщинам и в каких семантических областях они наиболее отчетливо выражены.

2. *Речевое и в целом коммуникативное поведение мужчин и женщин,* где выделяются типичные для них стратегии и тактики, способы эффективной коммуникации, предпочтения в выборе лексики, синтаксических конструкций и т.д.

В последние годы роль гендера не считается столь значительной, как полагали ранее. Сегодня гендер рассматривается как один из

параметров, при помощи которого в общении конструируется социальная идентичность говорящего. Отмечается необходимость осознания пола партнера по коммуникации для установления контакта, поддержания и выхода из общения (*гендерный дисплей*). Как правило, гендер взаимодействует с другими параметрами – статусом, возрастом, социальной группой и т.п. В целом в науке пока не сложилось единой концепции исследования гендера в коммуникации.

При анализе коммуникативных неудач в общении лиц разного пола они объясняются разными нормами и ожиданиями, предъявляемыми обществом к мужчинам и женщинам, а также спецификой социализации в детском и подростковом возрасте, когда общение происходит преимущественно в однополых группах. Под воздействием этих факторов у мужчин и женщин вырабатываются разные мотивы поведения, разные стратегии и тактики общения. Речевое поведение мужчин, как правило, нацелено на достижение высокого статуса и сохранение независимости. От женщин общество ожидает неконфликтности, уступчивости, эмоциональности. Полагают, что это обуславливает различия в целях общения и в интерпретации высказываний. Кроме того, в каждой культуре существуют традиции и ритуалы общения, *не одинаковые для мужчин и женщин*.

Большой интерес представляет исследование **гендера в деловой коммуникации**. В работах немецких лингвистов по исследованию гендерной специфики профессионального общения установлено, что мужчины и женщины обнаруживают тенденции к *разным стилям ведения полемики*. Мужчины реже соглашаются с критикой, чаще прибегают к иронии, ссылакам на авторитеты, используют меньше речевых средств, выражающих неуверенность, и в результате производят впечатление более компетентных и уверенных в себе и своей правоте специалистов.

Однако в целом экспериментальные труды по различиям в речи женщин и мужчин предоставляют противоречивые сведения. Сегодня большинством исследователей признается, что гендерные особенности должны рассматриваться в сочетании со статусом, социальной группой, уровнем образования, ситуативным контекстом и т.д., а также с учетом меняющейся ситуации в обществе. Например, в японском языке есть культурно закреплённая традиция речевых различий между мужчинами и женщинами, что выражается в употреблении разных суффиксов, разных наименований одних и тех же предметов и т.п. Отмечено, однако, что молодые работающие японки отказываются от так называемого «женского языка» и пользуются «мужскими» речевыми средствами.

В психолингвистических исследованиях наиболее ярко проявляется полемика по вопросу о примате *природного* или *социального* в исследовании взаимосвязи языка и пола. Многие психолингвисты принимают в качестве рабочей *гипотезу функциональной асимметрии мозга*, подчеркивающую различия в специализации функций полушарий мужского и женского мозга. Другие, напротив, представляют важное доказательство социальной природы гендерных различий в использовании языка. Они показывают, что существует лишь более высокая *вероятность* того, что один вариант предпочтут женщины, а другой — мужчины. При этом предпочтительность зависит от социальной группы, общественных ожиданий и других социальных, а не природных факторов. Эксперименты продемонстрировали, что *наименьшие гендерные различия* обнаруживаются у лиц с высшим образованием, занятых интеллектуальной деятельностью.

8.2. Женственность и мужественность в русском языковом сознании. Анализ русской фразеологии не подкрепляет стереотипного представления о женщинах как о слабом поле. Об этом же свидетельствуют и результаты ассоциативных экспериментов. Для русского обыденного сознания нехарактерно восприятие женщины как

«слабого пола» и противопоставление ее «сильному полу». Исследование немецкого и русского фразеологического фонда выявило, что в русском материале образ женщины шире, чем в немецком, не только в количественном, но и в качественном отношении, в нем отражены разнообразные социальные роли, степени родства, этапы жизни женщины, ее разнообразные задачи и умения. Эти выводы находят подтверждение не только в исследованиях на фразеологическом материале, но и в работах по изучению *мифологического сознания* русских, отраженного, в частности, в русских народных сказках.

Российским лингвокультурологическим исследованиям последних лет гендер интересен в плане более широкого исследования ментальности, этнокультурной специфики. При этом признается, что те или иные стороны культурных концептов *мужественность* и *женственность* актуализируются в зависимости от экстралингвистических факторов: исторического периода, социального заказа, идеологии. Так, новый российский тип зрелой *мужественности*, как полагают некоторые авторы, отражает понятие *мужик*. Мужик — серьезный, семейный, умеренно патриотичный мужчина. Наблюдения культурологов совпадают с данными лингвистических работ, где отмечается тенденция к снижению частоты употребления слова «мужчина», повышение частотности и постепенная стилистическая нейтрализация слова «мужик». Так, в предвыборном дискурсе сочетание «русский мужик» неизменно используется в позитивном смысле, актуализируя семы «сильный», «надежный», «свой».

8.3. Гендерные аспекты невербального коммуникативного поведения также вызывают интерес исследователей. Так, установлено, что женщины точнее распознают эмоциональные состояния субъектов по фотографиям, чем мужчины; мужчины при этом легче справляются с распознаванием эмоциональных состояний мужчин, а не женщин. Женщины более доверяют визуальному контакту (при этом собеседницы

ассоциируются со слушателями: слушающий проявляет стремление к установлению более прочного и длительного визуального контакта). Женщины чаще улыбаются для установления контакта в общении, мужчины – для выражения положительных эмоций.

Установлено, что на невербальные проявления гендера влияют особенности тех обществ и культур, к которым мужчины и женщины принадлежат.

8.4. Фемининная, маскулинная личности в толерантно-интолерантном общении

Социальная психология, стремясь избежать «биологизации» контекста гендерных исследований, использует понятия **фемининность и маскулинность**. Утверждается, что эти конструкты не связаны напрямую с биологическим полом, что они являются не только социокультурными, но и социально-психологическими явлениями, фиксирующими психотип мужского и женского поведения, в том числе в деловом общении. Делается предположение о том, что личность, будучи представленной в общении, в стратегиях поведения, установках, стереотипах обладает в зависимости от ориентации (маскулинной, фемининной, андрогинной) теми или иными особенностями общения. Эти особенности могут выступать, в свою очередь, факторами толерантного или нетолерантного общения.

В целом большинство авторов склонны считать, что женщины более успешно распознают, интерпретируют состояния, отношения личности на основе ее экспрессии, что они проявляют к ней более высокую чувствительность в процессе общения. Объяснения этому исследователи видят в различиях социализации мужчин и женщин, их развития как субъектов общения. Делается вывод о том, что мужчина при общении с женщиной становится субъектом интолерантного общения, если он: *стремится в иерархии в отношениях, демонстрирует доминантность, интерпретирует разнообразие поведения женщин как*

некомпетентность. Женщина характеризуется в общении с мужчиной как субъект интолерантного поведения, когда она: не приемлет подчинения, стремится к власти, не показывает своих переживаний, отличается нечувствительностью.

Причиной нетолерантного общения между мужчинами и женщинами могут стать обыденные представления о «правильной» маскулинности и фемининности. Так, представления о маскулинности и фемининности у россиян менее полярны, чем у американцев. В общении россиян поэтому причинами нетолерантного общения может стать:

- неприятие ярко выраженных женских или ярко выраженных мужских позиций в общении (они нарушают массовые представления);
- более нетерпимое отношение мужчин к женщинам, демонстрирующим в общении компетентностный стиль поведения, характерный для маскулинного субъекта общения;
- столкновение представлений о фемининности у мужчин и женщин: в представлениях о фемининности у мужчин зафиксирован образ «женщины-загадки», непредсказуемой и застенчивой, фемининность с женской точки зрения – это образ «Аленушки», готовой прийти на помощь; конструкт маскулинности с точки зрения женщин имеет негативную окраску – «мужчина на диване», а с точки зрения мужчин – «настоящий мужчина». Указывается на противоречивость этих представлений и возможность интолерантных форм общения, вызванных этой противоречивостью;
- различия в обыденном сознании оппозиции маскулинности–фемининности в советское время и в наши дни: сегодня усиливается противопоставление «настоящих домохозяек» и «настоящих мужчин» (не без помощи рекламы в СМИ), в советское время эти оппозиции не были актуализированы. Это может привести к интолерантному общению между мужчинами и женщинами, принадлежащими к разным возрастным группам.

Литература:

Горошко Е.И. Особенности мужских и женских вербальных ассоциаций (Опыт качественной интерпретации) // Гендер: язык, культура, коммуникация: Доклады Второй Международной конференции. М., 2002. С. 77–86.

Кирилина А.В. Женский голос в русской паремиологии // Женщина в российском обществе. 1997. № 3. С. 23–26.

Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М., 1996.

Labov W. Variation in Language // Carrol E. Reed (Ed.). The Learning of Language. National Council of Teachers of English. N. Y., 1971.

Tannen D. You just don't understand. Women and men in conversation. N. Y., 1990.

Лекция 9. Профессиональные деформации как препятствие для эффективного делового общения

9.1. Понятие профессиональной деформации.

9.2. Психологические причины профессиональных деформаций.

9.3. Типология профессионально-педагогических деформаций.

9.4. Уровни профессионально-педагогических деформаций.

9.1. Понятие профессиональной деформации. В существующих концепциях профессионального становления личности¹ отмечается, что оно сопровождается как личностными *приобретениями*, так и *потерями*. Трудности в профессионально-деловом общении могут быть обусловлены *профессиональными деформациями* личности, которые накапливаются в процессе многолетнего повторения определенной деятельности и могут негативно проявиться уже у поколения

¹ См. работы В.А. Бодрова, Э.Ф. Зеера, Е.А. Климова, А.К. Марковой, Л.В. Митиной.

сорокалетних (и более старших) управленцев, педагогов, врачей, военных, милиционеров, социальных работников и др.

Большинством исследователей профессиональные деформации рассматриваются *как изменение качеств и свойств личности (стереотипов восприятия, ценностных ориентаций, характера, способов общения и поведения)* под влиянием определенной профессиональной деятельности.

Знания о возможных профессиональных деформациях (как собственных, так и партнера по деловому общению), их учет важны для выбора оптимальных стратегий и тактик общения. Рассмотрим профессиональные деформации педагогов и постараемся оценить их влияние на эффективность делового общения.

Проблема профессиональной деформации педагогов получила наибольшее развитие в психологии, хотя имеется опыт применения и междисциплинарного подхода. Большой вклад в разработку проблемы внесли современные ученые-педагоги, изучавшие закономерности становления личности преподавателя, его *педагогической культуры*². Разработан диагностический инструментарий, выявляющий деформации в профессиональной деятельности преподавателей, изучаются и систематизируются типичные профессиональные деформации педагогов, даже создаются модели центров комплексной реабилитации преподавателей, направленных на преодоление профессионально-педагогических деформаций, обсуждается психологическое сопровождение профессиональной деятельности преподавателей.

9.2. Психологические причины профессиональных деформаций. Одной из причин профессиональных деформаций признается чрезмерное внедрение стереотипов в профессиональную деятельность. С опытом работы закрепляется трафаретность в подходах, упрощенность оценок, абсолютизируется список готовых решений. На

² См. работы Е.В. Бондаревской, И.Ф. Исаева, В.А. Сластёнина.

эту особенность профессиональных деформаций необходимо обращать особое внимание при повышении квалификации специалистов, чтобы побудить их своевременно отказаться от устаревших стереотипов и установок, заменив их более адекватными. Другая сторона деформации проявляется в перенесении стратегий и тактик общения, полезных в работе, на дружеское, семейное, бытовое общение.

Деформация отношений и межличностного общения может быть, в частности, последствием проявлений **синдрома «выгорания»**. В одних случаях это повышенная зависимость от других, в других – повышение негативизма, эмоциональной холодности, дистанции, циничности установок к партнерам по общению (студентам, коллегам, клиентам, пациентам и т.д.). Важно, что они проецируются на межличностные отношения, учет которых так важен в русскоязычной деловой среде (подробнее см. раздел 2.7).

Теория профессионально-педагогических деформаций представлена *на уровне личности* – как индивидуальная характеристика качеств и свойств педагога; а также *на уровне профессиональной деятельности* – как проявление ошибок и затруднений в педагогическом труде. Но связь профессиональных деформаций с затруднениями в *профессионально-деловом общении* не получила сколько-нибудь полного описания, хотя важность коммуникативной компетенции в педагогическом труде вполне осознанна и привлекает внимание исследователей³.

9.3. Типология профессионально-педагогических деформаций.

Признается, что существует взаимосвязь между личностными особенностями преподавателей, их профессионально-педагогическими умениями и способами преодоления или минимизации ими

³ См.: Балыхина Т.М., Харитонов О.В. Коммуникативный портрет преподавателя русского языка: профессионально-педагогическая речь как лингводидактический дискурс: Учеб. пособие. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – 238 с.

профессионально-педагогических деформаций. Первый шаг – это осознание наличия таких деформаций.

Таблица 1

Типология профессионально-педагогических деформаций

/ по Э.Ф. Зееру, Э.Э. Сыманюк/

Вид Профессиональной деформации	Содержание проявления деформации в профессиональной деятельности	Уровень проявления профессиональной деформации
Авторитарность	Преимущественное использование распоряжений, указаний, наказаний	Общепрофессиональные
Демонстративность	Чрезмерная эмоциональность, самопрезентация	Профессионально-типологические (деформации на основе способностей)
Педагогический догматизм	Стремление к упрощению педагогических задач, игнорирование психолого-педагогических знаний, отсутствие интереса к ним	Профессионально-типологические (деформации профессиональной направленности личности)

Вид Профессиональной деформации	Содержание проявления деформации в профессиональной деятельности	Уровень проявления профессиональной деформации
Доминантность	Превышение властных функций, склонность к распоряжениям, приказам	Профессионально- типологические (деформации, обусловленные чертами характера)
Педагогическая индифферентность	Проявление равнодушия и безразличия, эмоциональной сухости и жесткости	Профессионально- типологические (деформации, обусловленные чертами характера)
Консерватизм	Приверженность устоявшимся технологиям обучения, нежелание что- либо менять в профессиональной деятельности	Профессионально- типологические (деформации профессиональной направленности личности)

Вид Профессиональной деформации	Содержание проявления деформации в профессиональной деятельности	Уровень проявления профессиональной деформации
Педагогическая агрессия	Пристрастное отношение к неуспевающим, «трудным» студентам; проявление нетерпимости по отношению к ним	Профессионально- типологические (деформации, обусловленные чертами характера)
Ролевой экспансионизм	Фиксация на собственных личностных и профессиональных проблемах; преувеличение значения своей роли	Профессионально- типологические (деформации, обусловленные чертами характера)
Социальное лицемерие	Склонность к морализаторству; вера в свою нравственную непогрешимость	Профессионально- типологические (деформации на основе способностей)

Вид Профессиональной деформации	Содержание проявления деформации в профессиональной деятельности	Уровень проявления профессиональной деформации
Поведенческий трансфер	Эмоциональные реакции и поведение, свойственные обучающимся	Профессионально- типологические (деформации профессиональной направленности личности)
Дидактичность	Стремление все назидательно объяснить, используя шаблонные способы передачи знаний и опыта	Общепрофессио- нальные

9.4. Уровни профессионально-педагогических деформаций

В исследованиях описываются следующие уровни

профессионально-педагогических деформаций преподавателей:

- **регулятивно-прагматический уровень**, характеризующийся прагматическими ситуационными аспектами самосознания (*возможны агрессивные проявления в общении, характерен жесткий контроль над студентами, широкое использование системы принуждения в профессиональной деятельности*);
- **эгоцентрический уровень**, характеризующийся действиями, продиктованными личной выгодой, удобством, престижностью

(равнодушное отношение к студентам, к их мнениям, интересам, потребностям; самооценка, как правило, завышена);

– **стереотипно-зависимый уровень**, характеризующийся делением студентов на «своих», хорошо успевающих, «сильных» студентов, и «чужих», «слабых» студентов со средним (низким) уровнем знаний и способностей *(авторитарное отношение к студентам, стремление максимально подчинить их своему влиянию, утверждение собственного превосходства, жесткое пресечение чужой инициативы; склонность к субъективизму в оценивании успеваемости).*

Специалисты отмечают парадоксальность ситуации: личностные изменения из-за профессиональной деформации (как результата профессионализма) грозят специалисту потерей профессионализма. Следствием этих изменений становится резкое снижение или же потеря сотрудником творческого подхода к выбору путей для решения профессиональных задач, теряется адекватность реакции, общение становится менее гибким. На многих крупных предприятиях, например, японских, именно поэтому принята постоянная ротация кадров - чтобы снизить негативное влияние профессиональных деформаций, которые возникают при длительной работе на одном месте, препятствовать выработке поведенческих стереотипов.

Литература:

Холоднова И.В. Организационно-педагогические условия преодоления профессиональных деформаций преподавателей среднего специального учебного заведения. Авт. диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Ростов-на-Дону, 2007.

Зеер Э.Ф., Сыманюк Э.Э. Психология профессиональных деструкций. Учебное пособие для вузов. М.: ГРИФ, 2005.

Лекция 10. Конфликтологическая компетенция в деловом общении

10.1. Конфликтологическая компетенция в деловом общении.

10.2. Конфликт и противоречие в деловом общении.

10.3. Межэтнические конфликты.

10.4. Обстоятельства, вызывающие противодействие со стороны этнической общности или ее отдельного представителя.

10.5. Психологические причины, ограничивающие возможные способы межличностного взаимодействия.

10.6. Стратегии поведения оппонентов при разрешении конфликтов.

10.1. Конфликтологическая компетенция в деловом общении.

Знание закономерностей возникновения, протекания и способов разрешения межличностных конфликтов является важным для поддержания эффективного делового общения.

Коммуникативные барьеры и трудности, приводящие к конфликтам на различных уровнях в деловой среде, неизбежны. Поэтому профессионалам необходимы умения конструктивного разрешения конфликтов. Эти умения, составляя базовую часть *конфликтологической компетентности* (Б.И. Хасан), являются необходимой составляющей профессиональной компетентности менеджера, который обязан владеть практическими методами разрешения конфликтов разного типа.

При возникновении конфликта в деловом общении необходимо:

- точно и полно диагностировать причины конфликта, его объект, цели, мотивы, интересы и ценности конфликтующих сторон;
- применять практически адекватные стратегии поведения в ходе конфликтного взаимодействия;
- определять очевидные и скрытые последствия конфликта, влияниям и давлению на конфликтующие стороны;

- выполнять функции посредника на переговорах конфликтующих сторон;
- эффективно общаться в условиях острого конфликтного взаимодействия и повышенного эмоционального фона.

10.2. Конфликт и противоречие в деловом общении. Большая часть определений конфликта предполагает противоречивость мотивов, целей, установок, ожиданий и т.д. сторон конфликта. Деловая коммуникация практически всегда сопряжена с конфликтами. И хотя в каждом определенном случае причина конфликта совершенно конкретная, при анализе обнаруживается, что все они имеют общую основу: фактическое положение дел входит в противоречие с ожиданием людей.

Социальный конфликт – наиболее острый способ развития и завершения значимых противоречий, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и сопровождающийся их негативными эмоциями по отношению друг к другу. Суть конфликта не столько в возникновении противоречия, сколько в способе его разрешения, в противодействии сторон. Всевозможные противоречия возникают часто, но только часть из них решается путем конфликта.

Чтобы понять суть конфликта, его предлагают рассматривать как форму, как способ проявления противоречия.

Причинами возникновения конфликтов в деловом общении могут стать барьеры общения, негативные установки, манипулятивное поведение партнера (партнеров).

10.3. Межэтнические конфликты. Этнос определяется как сложившаяся общность людей, объединяемых внутригрупповыми нормами поведения, особенности которых фиксируются языковыми, психологическими, нравственными, эстетическими и другими средствами культуры. Этнопсихологические различия рассматривались

выше (лекция 6), приводились примеры тех из них, которые могут стать причинами коммуникативных барьеров и даже конфликтов.

Национально-этнические стереотипы усваиваются человеком с детства и впоследствии функционируют преимущественно на подсознательном уровне. Поэтому для этнических конфликтов свойственны такие особенности бессознательного поведения, как эмоциогенность, алогичность, символизм, неясный для партнера по межкультурной коммуникации, слабая обоснованность совершаемых действий рациональными доводами. В силу этих особенностей возникновение, развитие и разрешение межэтнических конфликтов в любой сфере жизнедеятельности общества и на любом уровне имеют свою специфику.

Межэтнические конфликты происходят между отдельными представителями, социальными группами различных этносов. Этнотом движет потребность в самосохранении, защите своих ценностей и традиций. Наиболее болезненны и эмоционально насыщены конфликты, возникающие в результате ущемления ценности этноса. Более четко специфика ценностных межэтнических конфликтов проявляется в противоречиях, связанных с различиями в культуре, языке, религии и других социокультурных особенностях этносов. Хотя признается, что сугубо межэтнических причин конфликтов в реальной жизни фактически не существует. Этническая самоидентификация и солидарность часто лишь способ защиты своих интересов, целей, ценностей и т.д.

В последние десятилетия отмечается феномен, который называют этническим парадоксом современности. Большинство сформированных в прошлом идеологий настаивали на том, что межэтнические противоречия должны уйти в прошлое под влиянием интернационализации, глобализации экономики и культуры. Но происходит обратный процесс – нарастание противоречий и конфликтов,

волна суверенизаций этнонациональных групп. Обычно при описании таких конфликтов используется анализ ряда факторов: политического, социально-экономического, этнопсихологического, социокультурного.

10.4. Обстоятельства, вызывающие противодействие со стороны этнической общности или ее отдельного представителя. На уровне социокультурных различий и на этнопсихологическом уровне анализа таких конфликтов отмечается, что противодействие со стороны этнической общности или ее отдельного представителя вызывает угроза разрушения привычного образа жизни, материальной и духовной культуры и т.п. Этническая группа или отдельный представитель этноса может чувствовать себя дискриминированным по духовным показателям (притесняют религию, ограничивают возможности использования языка, не уважают обычаи и традиции), что с большой вероятностью может стать (и становится) причиной конфликта.

Исследователи, занимающиеся проблемами религиозности, отмечают, что религия, разделяя этнические группы, в то же время способствует сохранению толерантности. Важен также факт, что в России «истинно верующих» людей немного. Для доминирующей части основной религиозной веры является самосознание («внутреннее ощущение принадлежности»). И в то же время ощущение принадлежности к конфессии или течению внутри нее – одна из опор для этнической идентификации, а нередко – и идеологической ориентации.

10.5. Психологические причины, ограничивающие возможные способы межличностного взаимодействия в деловом общении. Причиной конфликта могут стать как незнание особенностей деловой культуры партнера (например, различие в допустимой длительности контакта глаз, различия в трактовке определенных мимики, жеста, позы, молчания), а также различия, обнаруживаемые на более глубоком уровне психологического анализа. При анализе причин толерантного–

интолерантного межличностного общения в целом и в конфликтной ситуации в частности указывается, как люди разных культур судят о степени связанности себя с другими (истолкование «Я» как «независимого– взаимозависимого»). Это один из наиболее общих стереотипов. Он организуют более специфические стереотипы, в том числе – толерантного–интолерантного общения. Отмечается ряд параметров поведения, позволяющих определить, какой стереотип преобладает в данной этнокультурной группе. Для «взаимозависимого Я» чрезвычайно важно разграничение людей по линии «свой–чужой». Хотя нет точных сведений о том, какой тип поведения по этому критерию преобладает у народов, проживающих на территории России, но по ряду типичных социально-психологических характеристик постсоветского человека можно предположить, что преобладают способы поведения, характерные для стереотипа «взаимозависимого Я». Наряду с преимуществами данного типа общения у таких людей очень вероятны интолерантные формы поведения в отношении «чужого». Если субъекты с этим стереотипом проявляют толерантность и конформизм, то в отношении человека из «своей» группы, это рассматривается как традиционная ценность.

В ситуациях взаимодействия представителей различных культур, в частности, с различным истолкованием «Я», чаще будут возникать противоречия и интолерантные формы общения. Исследователи приходят к выводу, что именно культурно-исторические факторы для представителей разных этносов сужают спектр допустимых способов общения. Сложившаяся система ценностей, социальные нормы и традиции ограничивают общение и тем самым становятся фактором возникновения интолерантного межличностного взаимодействия.

Все эти факторы необходимо учитывать в процессе разрешения конфликтов, причинами (или мнимыми причинами) которых служит этническая принадлежность группы или отдельного ее представителя. В

конфликтных ситуациях известны случаи, когда этническая принадлежность одного из субъектов конфликта была ложной причиной конфликта, в то время как истинные причины могут быть другими.

10.6. Стратегии поведения оппонентов при разрешении конфликтов. *Стратегия поведения в конфликте* - это ориентация личности (группы) по отношению к конфликту, установка на определенные формы поведения в ситуации конфликта. В основе выделения стратегий лежит определяющая *мотивация* участников конфликта. Учитывается также комплекс факторов – личностные особенности оппонентов, уровень нанесенного или полученного ущерба, статус оппонентов, длительность конфликта и др. Традиционно выделяют следующие стратегии:

- соперничество, или решение конфликта силой;
- уход от решения проблемы;
- сотрудничество;
- компромисс;
- приспособление, или уступка.

Соперничество – навязывание другой стороне предпочтительного для одной стороны решения. Эта стратегия признается ущербной при решении проблем на длительную перспективу, так как не предоставляет одному из оппонентов возможности реализовать (в какой-либо мере) свои интересы. Считается, что такая стратегия оправдана, когда: налицо явная конструктивность предлагаемого одним из оппонентов решения, выгодность результата для всей группы, отсутствие времени. Соперничество целесообразно в экстремальных ситуациях и при высокой вероятности опасных последствий.

Уход от решения проблемы, или избегание, применяется при отсутствии сил и времени для разрешения противоречия, стремлении выиграть время, нежелании решать проблему вообще.

Сотрудничество – наиболее эффективная стратегия поведения в конфликте. Она ориентирует оппонентов на конструктивное обсуждение проблемы, рассмотрение другой стороны не как противника, а как союзника в поиске общего решения. Стратегия наиболее эффективна в ситуации сильной взаимозависимости оппонентов, склонности обоих игнорировать различие во власти, важности решения для обеих сторон, непредубежденности участников конфликта. В деловом общении эта стратегия признается доминирующей, она отвечает этическим правилам поведения в деловой среде, превалирует в международном деловом сотрудничестве.

Компромисс состоит в желании оппонентов завершить конфликт частичными уступками. Компромисс эффективен в случаях понимания оппонентом, что он и соперник обладают одинаковыми возможностями; наличия взаимоисключающих интересов, угрозы потерять все.

Из исследований (В.А. Лефевр) известно, что большинство американцев негативно оценивают комбинацию добра и зла и позитивно – их разделение. В то время как большинство советских людей, наоборот, позитивно оценивали соединение добра и зла, и негативно – их разделение. На основе этих данных делается вывод о том, что в культурных сообществах, где большинство личностей негативно оценивает соединение добра и зла, предпочтение отдается личности, стремящейся к *компромиссу*, а в тех сообществах, где соединение добра и зла оценивается позитивно, предпочтение отдается личности с *бескомпромиссным поведением*.

Приспособление, или уступка, рассматривается как вынужденный или добровольный отказ от борьбы и сдача своих

позиций. Принять такую стратегию могут вынудить следующие обстоятельства: осознание своей неправоты, необходимость сохранения хороших отношений с оппонентом, сильная зависимость от него, незначительность проблемы и, наконец, если существует угроза более серьезных негативных последствий.

Литература:

Андреев В.И. Конфликтология: искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов // Народное образование, М.: 1995. – 126 с.

Анцупов А.Я., Балакновский С.В. Конфликтология в схемах и комментариях. – Спб.: Питер, 2005. – 288 с.

Астафурова Т.Н. Лингвистические аспекты межкультурной деловой коммуникации. Волгоград: ВолГУ, 1997.

Карпов А.В. Психология менеджмента. – М., 2005.

Кондаков И.М. Самооценка компетенции в разрешении конфликтов руководителями среднего звена // Психологический журнал. 1998. Т.19. № 1. С.135–143.

Лабунская В. А. Социально-психологические презентации толерантного–интолерантного общения. Ростов-на-Дону, 2002. – 122 с.

Романова Е.С., Гребенников Л.Р. Механизмы психологической защиты. – Мытищи, 1996. – 139 с.

Хасан Б.И. Границы компетенций: педагогические вменения и возрастные притязания // Педагогика развития: ключевые компетентности и их становление. Материалы 9-й научно-практической конференции. Красноярск, 2003.

Словарь терминов

Авторитарный (директивный) стиль управления – стиль, который предполагает высокую централизацию власти, единоначалие в принятии решений и жесткий контроль за деятельностью подчиненных.

Агрессия – индивидуальное или коллективное поведение, направленное на нанесение физического или психологического вреда, ущерба либо на уничтожение другого человека или группы людей.

Арбитр – одна из пяти традиционных ролей медиатора в разрешении конфликта. Арбитр действует так же, как третейский судья, но стороны могут не согласиться с его решением и обратиться к другому (см. Медиаторство).

Внешняя толерантность – сформированное убеждение, позволяющее личности допускать наличие у других собственной позиции, способности рассматривать конфликтную ситуацию с различных точек зрения, учитывать различные аспекты и аргументы.

Внутренняя толерантность – способность сохранять равновесие в конфликтной ситуации, принимать решение и действовать в этих условиях.

Внушение — один из социально-психологических методов управления общением: активное воздействие одного субъекта на другого. Внушение происходит при условиях авторитетности источника внушения, доверия к источнику внушения, отсутствия сопротивления внушающему воздействию.

Волевой компонент конфликтоустойчивости личности – элемент структуры конфликтоустойчивости, позволяющий регулировать свое эмоциональное возбуждение в конфликтной ситуации. Он обеспечивает: толерантность, терпимость к чужому мнению, самоконтроль, умение

дать объективную оценку конфликта, умение сводить к минимуму искажение восприятия.

Гуманистический стиль корпоративного общения – стиль общения, который направлен на совместное изменение представлений обоих партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании.

Деловая беседа — форма делового (корпоративного) общения: передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно. Деловая беседа выполняет ряд функций, в том числе: взаимное общение работников из одной деловой сферы; совместный поиск; выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов; контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий; стимулирование деловой активности и пр. Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

Деловая переписка — форма делового (корпоративного) общения: обобщенное название деятельности по составлению различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.

Деловое совещание — форма делового (корпоративного) общения: способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.

Деловые переговоры — форма делового (корпоративного) общения: основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.

Демократический (коллегиальный) стиль управления – основан на коллективном обсуждении важнейших производственных проблем и

коллективной ответственности. Такой стиль управления стимулирует инициативу со стороны подчиненных и способствует установлению благоприятного психологического климата в коллективе.

Заражение – один из социально-психологических методов управления общением: бессознательное, стихийное принятие личностью определенного психологического состояния.

Интолерантное общение - такое общение, когда один или оба партнера являются субъектами интолерантного общения, один или оба партнера с разной степенью осознанности игнорируют потребности другого, демонстрируют непонимание, мешают достижению целей общения, в результате этого один или оба партнера испытывают острые эмоциональные переживания. Наиболее распространенными ситуациями интолерантного взаимодействия выступают ситуации «ограничения», «отказа», «обвинения», «оскорбления».

Инцидент – первый открытый этап в динамике конфликта, выражающийся во внешнем противодействии, столкновении сторон.

Коммуникация – в широком смысле обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов. Коммуникация может осуществляться вербальными и невербальными средствами. Коммуникация в деятельностном подходе – совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий взгляд.

Компромисс – стратегия поведения в конфликте, которая обусловлена желанием оппонентов завершить конфликт частичными уступками. Компромисс эффективен в случаях: понимания оппонентом, что он и соперник обладают одинаковыми возможностями; наличия взаимоисключающих интересов, угрозы потерять все.

Конфликт – наиболее острый способ развития и завершения значимых противоречий, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и

сопровожающийся их негативными эмоциями по отношению друг к другу. Суть конфликта не столько в возникновении противоречия, сколько в способе его разрешения, в противодействии. Всевозможные противоречия возникают часто, но только часть из них решается путем конфликта.

Конфликтность личности – ее интегральное свойство, отражающее частоту вступления в межличностные конфликты. При высокой конфликтности индивид становится постоянным инициатором напряженных отношений с окружающими независимо от того, предшествуют ли этому проблемные ситуации.

Конфликтологическая компетенция – это способность действующего лица (организации, социальной группы, общественного движения и т.д.) в реальном конфликте осуществлять деятельность, направленную на минимизацию деструктивных форм конфликта и перевода социально-негативных конфликтов в социально-позитивное русло. Она представляет собой уровень развития осведомленности о диапазоне возможных стратегий конфликтующих сторон и умение оказать содействие в реализации конструктивного взаимодействия в конкретной конфликтной ситуации.

Конфликтология – наука о закономерностях возникновения, развития, завершения конфликта, а также о принципах, способах и приемах их конструктивного регулирования.

Конфликтоустойчивость личности (конфликтологическая устойчивость) – способность человека оптимально организовать свое поведение в трудных ситуациях социального взаимодействия, бесконфликтно решать проблемы в отношениях с другими людьми, а в конфликтной ситуации приходить к оптимальному разрешению конфликта.

Корпоративное общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и

опытом. Цель корпоративного общения – постановка определенных целей и конкретных задач. Этим оно отличается от общения в широком смысле слова.

Культура делового общения – это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату.

Либеральный стиль управления – стиль, который предполагает минимальное участие руководителя в управлении коллективом.

Манипулятивный стиль корпоративного общения – стиль общения, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. По сути, любые обучение, убеждение, управление всегда включают манипулятивное общение.

Медиаторство – специальный вид деятельности, заключающийся в оптимизации с участием третьей стороны процесса поиска конфликтующими сторонами решения проблемы, которое позволило бы прекратить конфликт. В зависимости от степени контроля медиатора за принимаемым решением выделяют несколько ролей третьей стороны в конфликте: третейский судья, арбитр, посредник, помощник и наблюдатель.

Межкультурная коммуникация – адекватное взаимодействие участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным культурам.

Межличностные конфликты – конфликты между отдельными индивидами в процессе их социального и психологического взаимодействия.

Межэтнические конфликты – конфликты между отдельными представителями, социальными группами различных этносов. Этнсом движет потребность в самосохранении, защите своих ценностей и традиций. При описании таких конфликтов используется анализ ряда факторов: политического, социально-экономического, этнопсихологического, социокультурного.

Менталитет (от *греч.* mentatis – ум, разум, мышление, рассудок) – совокупность представлений, способов поведения, восприятия, реакций, склад ума и души народа, обусловленные психическими характеристиками нации и социально-историческими условиями ее существования.

Моноактивные культуры – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент. К этой группе принадлежат немцы и швейцарцы.

Мотивационный компонент конфликтоустойчивости личности – элемент структуры конфликтоустойчивости, обеспечивающий адекватность побуждений в складывающейся ситуации.

Мотивация – процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личностных целей и целей организации.

Мотивы сторон в конфликте – побуждения к вступлению в конфликт, связанные с удовлетворением потребностей оппонента; совокупность внешних и внутренних условий, вызывающих конфликтную активность субъекта.

Наблюдатель – одна из пяти традиционных ролей медиатора в разрешении конфликта: своим присутствием в зоне конфликта он смягчает его течение (см. Медиаторство).

Объект конфликта – один из неперенных элементов конфликта: конкретная причина, мотивация, движущая сила конфликта.

Объект конфликтологии – конфликты различного уровня: внутриличностные, социальные конфликты (межличностные, межгрупповые, межгосударственные).

Педагогика толерантности: 1. объединительный принцип всех прогрессивных педагогов, выступающих за права человека в образовательных учреждениях, ненасильственно разрешающих противоречия и конфликты в образовании, не приемлющих различных форм агрессии в организациях образовательной среды; 2. самостоятельное направление, организуемое рядом принципов: во-первых, определение методической базы терпимости и толерантности, где раскрывается суть терпимости и толерантности как гуманистические ценности, во-вторых, рассматриваются суть терпимости и толерантности, психологические условия их развития, определяются принципы терпимого и толерантного взаимодействия.

Педагогическая культура – включает всю систему исторически сложившихся в данном обществе механизмов передачи научных знаний и нравственных ценностей молодому поколению. В педагогической науке сложились три подхода к пониманию сущности культуры: аксиологический, деятельностный, личностный. В индивидуально-личностном плане педагогическая культура понимается как сущностная характеристика личности педагога в сфере профессиональной деятельности. Коммуникативный – один из компонентов педагогической культуры.

Переговоры – механизм разрешения (урегулирования) конфликта; совместная деятельность оппонентов по поиску взаимоприемлемого решения проблемы. Переговоры часто проходят с участием третьей стороны.

Подражание – один из социально-психологических методов управления общением: воспроизводство одним человеком определенных образцов поведения, манеры говорить и т.п. другого человека. Самое массовое

проявление подражания – следование моде и особенно неосмысленное копирование манеры одеваться, говорить и держать себя наподобие всевозможных кумиров в молодежной среде.

Полиактивные культуры – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного мероприятия в данный момент. Сюда относятся такие народы, как итальянцы, латиноамериканцы и арабы.

Помощник – одна из пяти традиционных ролей медиатора в разрешении конфликта. Помощник организует встречу, но не участвует в обсуждении (см. Медиаторство).

Попустительский стиль управления – при таком стиле управления подчиненные как бы предоставлены сами себе, их работа редко контролируется

Посредник – одна из пяти традиционных ролей медиатора в разрешении конфликта, нейтральная роль. Посредник обладает специальными знаниями и обеспечивает конструктивное разрешение конфликта. Но окончательное решение принадлежит оппонентам (см. Медиаторство).

Предмет конфликта – воображаемая или объективно существующая проблема, лежащая в основе конфликта; то противоречие, ради которого стороны вступают в противоборство.

Предмет конфликтологии – общие закономерности возникновения, развития и завершения конфликтов, а также принципы, способы и приемы управления ими.

Приспособление (уступка) – стратегия поведения в конфликте; рассматривается как вынужденный или добровольный отказ от борьбы и сдача своих позиций. Принять такую стратегию вынуждают: осознание своей неправоты, необходимость сохранения хороших отношений с оппонентом, сильная зависимость от него, незначительность проблемы, если существует угроза еще более серьезных негативных последствий.

Профессионально-деловое общение – совокупность определенных стратегий и тактик взаимодействия, в соответствии с целями, спецификой ситуации, особенностями личности собеседника и др.

Профессиональные деформации – изменение качеств и свойств личности (стереотипов восприятия, ценностных ориентаций, характера, способов общения и поведения) под влиянием определенной профессиональной деятельности.

Психологическая несовместимость – неудачное сочетание темпераментов и характеров взаимодействующих лиц, противоречие в жизненных ценностях, идеалах, мотивах, целях деятельности, несовпадение мировоззрения, идеологических установок и др.

Психологическая устойчивость – характеристика личности, состоящая в оптимальном функционировании психики в трудных ситуациях. Это свойство личности зависит: от типа нервной системы человека; от опыта человека, профессиональной подготовки, навыков и умений поведения и деятельности; от уровня развития основных познавательных структур личности.

Психология конфликта – область психологического знания, которая систематизирует зарубежные и отечественные теории конфликтов, современные подходы к решению экстремальных и кризисных жизненных ситуаций; изучает личностные факторы конфликтного поведения, специфику подходов к конфликтам в разных отраслях психологии (политической, юридической, экономической и др.); разрабатывает критерии и методы диагностики конфликтов.

Психомоторный компонент конфликтоустойчивости личности – элемент структуры конфликтоустойчивости, обеспечивающий правильность поведения и действий, их четкость и соответствие ситуации. Заключается в умении владеть своим телом, управлять жестикulyацией и мимикой, контролировать свои позы, не допускать тремора рук, дрожания голоса и пр.

Публичное выступление — форма делового (корпоративного) общения: передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.

Реактивные культуры – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, представители которых предпочитают молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны. Представители этой категории – китайцы, японцы и финны.

Ритуальный стиль корпоративного общения – стиль общения, в соответствии с которым главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В ритуальном общении партнер – лишь необходимый атрибут, его индивидуальные особенности несущественны, в отличие от следования роли – социальной, профессиональной, личностной.

Сила в социальном конфликте – возможность и способность сторон конфликта реализовать свои цели вопреки противодействию противника (оппонента).

Синдром эмоционального выгорания – процесс постепенной утраты эмоциональной, когнитивной и физической энергии, проявляющийся в симптомах эмоционального, умственного истощения, физического утомления, личной отстраненности и снижения удовлетворения исполнением работы. Иногда обозначается понятием «профессиональное выгорание», что позволяет рассматривать это явление в аспекте личной деформации под влиянием профессиональных стрессов.

Системно-ситуационный анализ конфликтов – один из наиболее перспективных методов конфликтологического исследования. Такой анализ в качестве единицы исследования использует конфликтную ситуацию, которая имеет определенные содержательные и динамические характеристики, временные и пространственные границы.

Соперничество – стратегия поведения в конфликте, которая заключается в навязывании другой стороне предпочтительного для одной стороны решения. Данная стратегия ущербна при решении проблем, т. к. не дает оппоненту возможности реализовать (в какой-либо мере) свои интересы. Эта стратегия оправдана в ситуации: явной конструктивности предлагаемого одним из оппонентов решения, выгоды результата для всей группы, отсутствия времени. Соперничество целесообразно в экстремальных ситуациях и при высокой вероятности опасных последствий.

Сотрудничество – наиболее эффективная стратегия поведения в конфликте. Она направляет оппонентов на конструктивное обсуждение проблемы, рассмотрение другой стороны не как противника, а как союзника в поиске решения. Стратегия наиболее эффективна: в ситуации сильной взаимозависимости оппонентов, склонности обоих игнорировать различие во власти, важности решения для обеих сторон, непредубежденности участников.

Социальная среда конфликта – включает не только ближайшее окружение сторон конфликта, но и социальные группы, представителями которых они являются.

Социальный конфликт – наиболее острый способ развития и завершения значимых противоречий, возникающих в процессе социального взаимодействия, заключающийся в противодействии субъектов конфликта и сопровождающийся их негативными эмоциями по отношению друг к другу.

Социальный статус – общее положение личности или социальной группы в обществе, связанное с определенной совокупностью прав и обязанностей.

Спор – форма делового (корпоративного) общения: столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой

каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.

Сторона конфликта – участники конфликта со стороны одного оппонента, как прямые, так и косвенные

Стратегия поведения в конфликте – ориентация личности (группы) по отношению к конфликту, установка на определенные формы поведения в ситуации конфликта.

Стратегия поведения в конфликте – ориентация личности (группы) по отношению к конфликту, установка на определенные формы поведения в ситуации конфликта. В основе выделения стратегий лежит определяющая мотивация участников конфликта. Учитывается также комплекс факторов – личностные особенности оппонентов, уровень нанесенного или полученного ущерба, статус оппонентов, длительность конфликта и др.

Субъект конфликта – активная сторона конфликта, способная создать конфликтную ситуацию и влиять на ход конфликта в зависимости от своих интересов.

Терпимость – см.: Толерантность 2.

Типология конфликтов – классификация по одному из существенных признаков конфликта.

Толерантность: 1. отсутствие или ослабление реагирования на какой-либо конфликтогенный фактор; 2. синоним терпимость – готовность к принятию иных логик и взглядов, право отличия, непохожесть, инаковость, фактор, стабилизирующий систему (личность, общество) изнутри. Толерантность рассматривается как ценность, установка и личностное качество.

Третейский судья - одна из пяти традиционных ролей медиатора в разрешении конфликта. Третейский судья обладает максимальными возможностями для решения проблемы. Он всесторонне изучает проблему и его решение не обжалуется (см.: Медиаторство).

Убеждение – один из социально-психологических методов управления общением: целенаправленное воздействие, оказываемое с целью трансформировать взгляды одного человека в систему воззрений другого; является главным методом воздействия на сознательную сферу личности. Его цель – активизировать мышление личности при усвоении информации, формировать у нее убежденность.

Уход от решения проблемы (избегание) – стратегия поведения в конфликте, которая применяется при отсутствии сил и времени для решения противоречия, стремлении выиграть время, нежелание решать проблему вообще.

Участник конфликта – лицо или группа, которые сознательно (или не вполне сознавая цели и задачи противостояния) принимают участие в конфликте или же случайно или помимо своей воли вовлеченная в конфликт.

Эмоциональный компонент конфликтоустойчивости личности – элемент структуры конфликтоустойчивости, заключающийся в умении управлять своим эмоциональным состоянием в предконфликтных и конфликтных ситуациях, способности открыто выражать эмоции, не переходя в депрессивные состояния при затягивании и проигрыше в конфликте.

Эмпатия – способность к сочувствию, сопереживанию, умение стать на место другого человека, проникнуть в его внутренний мир, распознать его состояние и отношение.

Этнический парадокс современности – нарастание межэтнических противоречий и конфликтов, волна суверенизаций этнонациональных групп, хотя большинство сформированных в прошлом идеологий настаивали на том, что межэтнические противоречия должны уйти в прошлое под влиянием интернационализации экономики и культуры.

Этнос – сложившаяся общность людей, объединяемых внутригрупповыми нормами поведения, особенности которых фиксируются языковыми, психологическими, нравственными, эстетическими и другими средствами культуры.

Эффективное слушание – восприятие звучащей речи, позволяющее извлекать и сохранять максимум информации. Эффективность слушания предполагает наличие развитых способностей к распознаванию звуков, пониманию и запоминанию речи. Эффективность слушания зависит от объективных (шумы и помехи, акустические характеристики) и субъективных (пол, возраст, темперамент, интеллектуальные способности и пр.) факторов.

Языковая личность – совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью.

ОПИСАНИЕ КУРСА И ПРОГРАММА

1. ЦЕЛЬ КУРСА

Цели курса:

- овладение знаниями и прикладными основами (умениями, компетенциями), связанными с формированием и развитием толерантной коммуникативной личности специалиста;
- овладение (развитие) компетенций, необходимых и достаточных для ведения профессиональной деятельности по обучению русскоязычному нормативному толерантному общению в профессионально-деловой среде.

2. ЗАДАЧИ КУРСА

Современные условия развития общества, подвижность рамок профессий и специализаций, диктуемые новыми условиями и формами труда, привели к обновлению многих профессий и необходимости объединения нескольких профессиональных компетенций. Вместе с тем, процессы, происходящие в связи с гуманизацией общества, поместили в фокус педагогического интереса понятие толерантность.

Понятие толерантность рассматривается в концепции УМК как характеристика личности, ценностная категория, а также как категория коммуникативная. Формула межкультурной коммуникации – «терпение, терпимость, толерантность». Исходя из первой названной выше цели, толерантность рассматривается нами как положительное нравственное качество человека, заключающееся в ценностной ментальной установке на терпимость к мнениям, убеждениям и формам поведения другого человека, в нашем случае – партнера по деловой коммуникации. Коммуникативный подход предполагает обучение толерантному коммуникативному поведению, связанному с формированием у коммуникантов

коммуникативной вежливости и умений речевого русскоязычного этикета. Поставленные цели достигаются путем формирования (развития) компетенции обучаемых в рамках следующих тем:

- Профессионально-деловое коммуникативное взаимодействие в современной поликультурной среде: понятие, уровни, типы, стереотипы.
- Ценностный характер межкультурной профессионально-деловой коммуникации.
- Толерантный профессионально-деловой дискурс как социокультурный феномен.
- Толерантная коммуникативная личность специалиста: компетентностный подход.
- Стратегии толерантного профессионально-делового коммуникативного сотрудничества.
- Культура профессионально-делового общения как лингводидактический объект.
- Толерантность общения как средство регуляции и гармонизации профессионально-деловых отношений в полиэтнической среде (коллективе).
- Инновационные технологии интерактивного обучения / самообучения специалиста толерантной профессионально-деловой коммуникации.
- Инновационные методы, формы, средства диагностики / самодиагностики коммуникативной компетентности специалиста в сфере профессионально-деловой коммуникации.

3. МЕСТО КУРСА В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с

производством какого-либо продукта или делового эффекта. Стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, определяющих необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей.

Деловое общение — процесс, при котором происходит обмен деловой информацией и опытом работы; предполагает достижение определенного результата в совместной работе, решение конкретной задачи или реализацию определенной поставленной цели. Это также психологический и физический контакты, обмен эмоциями. Деловое общение включает в себя множество видов, функций и направлений.

В зависимости от степени участия в акте общения, деловое общение может носить как диалогический, так и монологический характер, или же являться полилогом, в котором участвуют более двух партнеров. Залогом эффективности делового диалога является умение слушать собеседника, реагировать на его мнения и реплики, что требует умения импровизировать и взаимодействовать со своим партнером, используя различные вербальные средства.

Речевое поведение имеет национальную специфику, учет которой необходим для достижения эффективной деловой коммуникации. Необходимость сотрудничества внутри команды или рабочего коллектива, эффективное распределение ролей участников полилога являются основой его продуктивности. Особенности распределения ролей внутри команды или делегации проявляются в речевом этикете.

Психотехника речи — это система индивидуально-психологического управления голосом, дикцией, интонацией, логикой в соответствии с социально-психологическими условиями общения — также в значительной мере обусловлена этно-национальными традициями, особенностями национального делового или академического этикета.

Ораторское искусство предполагает: 1) умение точно формулировать свои мысли; 2) излагать их доступным для собеседника языком; 3) ориентироваться в общении на реакцию собеседника. Правильно оценить

реакцию собеседника, которая не всегда выражается вербально – одна из задач делового человека, в компетенцию которого входят знания в области межкультурной коммуникации.

Курс позволяет обучающимся, используя инновационные технологии, сформировать (развить) компетенцию в области общегуманитарных и этнокультурных проблемы профессионально-деловой коммуникации на русском языке.

Обучаемые получают теоретические знания и практические умения в области деловой коммуникации, этнической психологии, социолингвистики, лингводидактики, а также в области методики обучения русскоязычному нормативному толерантному общению в профессионально-деловой среде.

Курс включает лекции, семинарские занятия, коррелирующие с тематикой лекций, активную творческую самостоятельную работу обучающихся.

4. ИННОВАЦИОННОСТЬ КУРСА

Умения профессионального делового общения составляют существенную часть профессиональной компетентности специалиста в любой сфере деятельности. В связи с этим актуальным является обучение, цель которого – формирование межкультурной профессионально-деловой коммуникативной компетенции. Анализ обучения русскому языку свидетельствует о том, что профессионально-ориентированное обучение деловому общению на русском языке остается методически нерешенной проблемой. Отмечается недостаточная теоретическая разработанность проблем обучения деловому русскоязычному общению учащихся в контексте их будущей специальности, отсутствие критериев качества и уровня профессионально-деловой коммуникативной компетенции специалиста. Качество владения межкультурной профессионально-деловой

компетенцией будет более высоким, если процесс ее формирования базируется на лингводидактической модели обучения прагматическому иноязычному общению с учетом принципов знаково-контекстного и интерактивного обучения.

Курс ориентирован на новые педагогические технологии, которые относятся к так называемому гуманистическому подходу в психологии и в образовании. Его отличительная черта - особое внимание к индивидуальности человека, его личности, четкая ориентация на сознательное развитие самостоятельного критического мышления. Этот подход рассматривается в мировой педагогической практике как альтернативный традиционному подходу, основанному, главным образом, на усвоении готовых знаний и их воспроизведении.

Курс построен также с учетом существующих тенденций гуманизации в сфере делового общения и осознания в полной мере роли этнических факторов. В основе этих тенденций лежат три основные причины их возникновения:

- осознание кризисного характера развития человеческой цивилизации, проявляющегося в обострении и актуализации ряда политических, экономических, национальных, духовно-нравственных и других проблем;
- переоценка исторического опыта и выработка новых, отвечающих современным требованиям и вызовам культурно-ценностных ориентаций развития;
- интенсификация процесса познания и интеграция научного знания¹.

Курс представляет собой специальным образом структурированный учебный материал (курс лекций и материалов семинарских занятий, рекомендаций для самостоятельной работы), призванный решить целый комплекс сформулированных выше задач.

¹ Педагогические технологии: Учебное пособие для студентов педагогических специальностей / Под общей редакцией В.С. Кукушина. – М.: ИКЦ «МарТ»: - Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2006. – 336 с. – С.256.

Инновационность курса определяется:

- тематическим содержанием, которое является по сути межпредметным (социолингвистика, психолингвистика, этническая психология, психология конфликта, конфликтология, лингводидактика, методика преподавания русского языка (как иностранного, как второго));
- поставленными целями – формированием объединенной, комплексной компетенции в области общегуманитарных и этнокультурных проблемы профессионально-деловой коммуникации на русском языке.
- возможностью использования как полностью, так и избирательно в зависимости от акцентов в целях обучения и индивидуальной траектории обучаемого.

Обучение тактикам речевого поведения при обучении русскому языку соединяется с лингвокультурологической парадигмой методики преподавания русского языка: обучение диалогической речи (она составляет значительную часть делового дискурса) обязательно включает обучение определенным тактикам общения, которые определяются социальными ролями и целями общения, взаимоотношениями партнеров по деловой коммуникации, тональностью, средствами, обстановкой общения. При таком подходе *ситуация общения* становится основным социолингвистическим понятием, используемым в учебно-методическом комплексе: она в совокупности определяет выбор коммуникантами стратегий и тактик речевого поведения в деловой сфере.

УМК состоит из девяти разделов в соответствии с рассматриваемыми темами. В каждый раздел входят тексты лекций, материалы для семинарских занятий, контрольные материалы.

5. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ КУРСА

Уровень владения компетенцией в области обучения русскоязычному нормативному толерантному общению в профессионально-деловой среде, позволяющий эффективно преподавать русский язык в специальных целях (русский язык профессионально-делового общения) на основе коммуникативного подхода, с использованием инновационных технологий преподавания.

6. ОПИСАНИЕ КУРСА

Содержание курса:

Формирование профессионально-коммуникативной компетенции обучающихся является одной из важнейших задач современной методики обучения русскому языку и культуре.

Организационно-методическое построение курса. Курс состоит из 9 лекций, 9 практических занятий, контрольных материалов, рекомендаций для самостоятельной работы, списка рекомендованной литературы. Лекции проводятся с использованием мультимедийных презентаций, слайдов, видеоматериалов и других средств аудиовизуальной наглядности. Практические занятия проходят в следующих формах:

- семинары, цель которых – обсуждение теоретических проблем в области русскоязычной толерантной профессионально-деловой коммуникации; а также в области формирования знаний, навыков и умений, в области такой коммуникации. Семинарские занятия проводятся в формах: обсуждения ранее прочитанных текстов-источников по тематике лекции, прослушивание и обсуждение индивидуальных докладов обучаемых по темам курса, управляемая и свободная дискуссия по широкому кругу

проблем в рамках заданной тематики; обсуждение существующей практики преподавания в указанной тематической области; ролевые игры; фокус-группы.

- занятия в компьютерном классе (цель – формирование языковых, социолингвистических, дискурсивно-прагматических навыков и умений, овладение стратегиями толерантного профессионально-делового коммуникативного взаимодействия, стратегиями диагностики/самодиагностики уровня компетентности в сфере толерантного профессионально-делового общения); а также в области подходов, методов и технологий формирования подобной компетенции. Для этой работы предполагается создание системы упражнений пяти категорий:

- заполнение пропусков;
- вопросы с одиночным выбором;
- вопросы с множественным выбором;
- открытый ответ (ввод с клавиатуры);
- установление соответствий;
- реконструкция текста;

- мастер-классы с использованием инновационных технологий: а) инфокоммуникационных (интернет-общение: сообщения, извещения, диалог / полилог в режиме on-line, sms-, факсимильная и другие технические каналы связи); б) образовательных: игровых технологий, тренингов, включенного обучения, комбинированных форм.

Входное тестирование. Цель – диагностика (в форме компьютерного тестирования) стартового уровня коммуникативной компетентности будущих специалистов в сфере профессионально-деловой коммуникации; стартового уровня компетентности обучающихся в области лингвометодических основ преподавания русского языка в профессионально-деловой сфере.

Внутрикурсовая аттестация. Цель – определение реальных коммуникативных достижений будущих специалистов в сфере русскоязычного профессионально-делового общения; определение уровня компетентности, связанной с формированием и развитием толерантной коммуникативной личности специалиста; определение уровня развития компетенций, необходимых для ведения профессиональной деятельности по обучению русскоязычному нормативному толерантному общению в профессионально-деловой среде.

Форма контроля – комбинированная: компьютерное тестирование; контрольные работы; рефераты и творческие задания.

Итоговая аттестация. Цели – определение а) уровня коммуникативной готовности специалиста к профессионально-деловому общению; б) степени толерантности и эффективности общения в социально-профессиональной макросфере; в) уровня знаний в области подходов, методов и технологий формирования профессионально-коммуникативной компетенции в сфере русскоязычной толерантной деловой коммуникации. Форма контроля – комбинированная: компьютерное тестирование; моделирование естественных условий общения (в том числе учебного); творческие задания (например, разработка методических рекомендаций по речевому этикету для русско-арабской деловой коммуникации).

УСЛОВИЯ И КРИТЕРИИ ВЫСТАВЛЕНИЯ ОЦЕНОК

От обучаемых требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, своевременное и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы. Особо ценится творческий подход к выполнению самостоятельной работы.

Балльная структура оценки:

Посещение занятий – 2 балла (всего 18 баллов).

Активная работа – 3 балла (всего 27 баллов).

Внутрикурсовая аттестация – 3 балла (всего 21 балл) в форме тестов на основе пройденного материала и по дополнительной литературе.

Творческая работа (аннотации, рефераты, эссе) – 3 балла (7 работ по 3 балла – 21 балл).

Защита выпускной работы – 13 баллов.

Всего – 100 баллов.

Шкала оценок:

		Неуд		3		4	5	
Кредит	Сумма баллов	F	FX	E	D	C	B	A
		2	2+	3	3+	4	5	5+
2	100	менее 34	34	51	59	68	84	100

Пояснение оценок

A Выдающийся ответ

B Очень хороший ответ

C Хороший ответ

D Достаточно удовлетворительный ответ

E Отвечает минимальным требованиям удовлетворительного ответа

FX Оценка 2+ (FX) означает, что обучаемый может добрать баллы только до минимального удовлетворительного ответа

F Неудовлетворительный ответ (либо повтор курса в установленном порядке, либо основание для отчисления)

Шкала оценок:

A (5+) – 100 баллов;

B (5) – 84 – 99 баллов;

C (4) – 68 – 83 баллов;

D (3+) – 59 – 67 баллов;

E (3) – 51 – 58 баллов;

FX (2+) – 34 – 50 баллов;

F (2) – менее 34 баллов.

		неуд		3		4	5	
кредит	сумма баллов	F	FX	E	D	C	B	A
		2	2+	3	3+	4	5	5+
2	100	Менее 34	34-50	51-58	59-67	68-83	84-99	100

Правила выполнения письменных работ

Письменные контрольные работы (рубежные аттестации) проводятся дважды на протяжении курса обучения в сроки, определенные деканатом. Перечень вопросов, выносимых на контрольную работу, предоставляется за неделю до аттестации. Конкретные вопросы, на которые предстоит отвечать обучающимся, определяются вариантно в день аттестации. Каждый вариант включает один теоретический вопрос и задание по анализу первоисточника. Обучающийся должен писать работу самостоятельно, исходя из сформированных за время обучения знаний, ссылаясь на первоисточники по памяти, без приведения точных цитат. Необходимо внимательное отношение к стилю изложения, что также влияет на общую оценку. Время, выделяемое на написание контрольной работы – 2 академических часа.

Академическая этика

Все имеющиеся в творческой работе сноски тщательно выверяются и снабжаются «адресами». Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточников. Это касается и источников, найденных в интернете. Необходимо указывать полный адрес сайте. Все случаи плагиата должны быть исключены. В конце работы дается исчерпывающий список всех использованных источников.

СТРУКТУРА КУРСА

ТЕМЫ ЛЕКЦИЙ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Лекция. Профессионально-деловое коммуникативное взаимодействие в современной поликультурной среде: понятие, уровни, типы, стереотипы. Понятие *профессионально-деловое коммуникативное взаимодействие*. Уровни и формы культуры профессионально-делового общения: интернациональный, национальный, межкорпоративный, корпоративный, межличностный, личностный. Разнообразие культурно-речеповеденческих практик. Психология народов и наций и ее отражение в деловом общении: русский деловой дискурс в сопоставлении с американским, китайским, арабским и т.п. Этническая стереотипизация и ее проявления в деловом дискурсе. Отрицательные стереотипы, способы и средства их преодоления.

Литература:

Обязательная:

1. Арутюнов С.А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие - М, 1989.
2. Волова Л.А. О взаимодействии национальных культур: теория и реальность // Вестник ПГЛУ. - Пятигорск, 1999.
3. Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2007. – С. 238; 281- 332
4. Гнатенко П.И. Национальный характер. – Днепропетровск, 1992
5. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М, 2003.
6. Измайлова М.А. Деловое общение. – М., 2007. – С. 50-164
7. Кузьменкова Ю.Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев, россиян. – М., 2005
8. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. – М.: Альфа-М, 2006.
9. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. – М.: Изд-во «Р. Валент», 2005

Дополнительная:

1. Национальная доктрина образования в Российской Федерации. М., 1998.
2. Крысько В.Г. Этническая психология. – М.: Издательский центр «Академия, 2004. – С. 70-119.
3. Межкультурный диалог: исследования и практика: Сб. ст. / Под ред. Г.У. Солдатовой, Т.Ю. Прокофьевой, Т.А. Лютой. - М. : Центр СМИ МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004.
4. Резников Е.Н. Теоретические и методологические проблемы этнической психологии. – Минск.: Изд.центр БГУ, 2006. – С. 108-178.

5. Соснин В.А., Красникова Е.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. – 175-260
6. Сухарев В.А., Сухарев М.В. Психология народов и наций. – Днепропетровск, 1997
7. Традиции и новации в профессиональной деятельности преподавателя русского языка как иностранного: Учебная монография/ Под общей ред. С. А. Хаврониной, Т. М. Балыхиной. - М.: Российский университет дружбы народов, 2002.
8. Строков К.А. Развитие этнокультурных образовательных технологий в подготовке специалистов художественно-творческого профиля : Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 : Москва, 2000

Семинар

Дискуссия «Международное профессионально-деловое сотрудничество: от столкновения культур к становлению единой международной деловой культуры».

Литература указана к лекции.

Вопросы к дискуссии

1. Определите понятие профессионально-деловое коммуникативное взаимодействие.
2. Каковы уровни профессионально-делового общения?
3. Каковы особенности русскоязычного делового дискурса в его сопоставлении с американским, китайским, арабским, иными?
4. Как проявляются этнические стереотипы в профессионально-деловом дискурсе?
5. Каковы способы и средства преодоления отрицательных этнических стереотипов?

Самостоятельная работа – подготовка реферата по заданной теме

Контроль – тест

Тема 2. Лекция. Ценностный характер межкультурной профессионально-деловой коммуникации. Этика профессионально-делового коммуникативного сотрудничества: этические нормы, моральные и нравственные ценности. Этикет делового коммуникативного взаимодействия: вербальный и невербальный этикет, нормы речи и правила слушания. Международные и национальные кодексы современного профессионально-делового общения в теории и на практике. Инновационные методы, формы и средства диагностики и повышения уровня этичности профессионально-деловой коммуникации.

Литература:

Обязательная:

1. Бенедиктова В.И. О деловой этике и этикете. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994.
2. Даниленко Т.Н., Жульева С.В. Этика делового общения. – М., 1998.
3. Де Джордж Р.Т. Деловая этика: В 2 т.: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2001.
4. Деловое общение. Деловой этикет: Учеб. Пособие для студентов вузов /Авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
5. Психология и этика делового общения / Под ред. В.Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007
6. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: Учебное пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. – М.: Изд-во «Р. Валент», 2005.

Дополнительная:

1. Балыхина Т.М., Лысякова М.В., Рыбаков М.А. Учебный словарь терминов и понятий культуры речи. - М.: Изд-во РУДН, 2003. - 126 с.
2. Алехина И.Я. Имидж и этикет в бизнесе. – М.: Дело, 2003.
3. О деловой этике и этикете. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994.

4. Титова Л.Г. Деловое общение. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
5. Холопова Т.Н., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. – М.: ИНФРА-М., 1995.

Семинар:

Межкультурная профессионально-деловой коммуникация: этика профессионально-делового коммуникативного сотрудничества, этикет делового коммуникативного взаимодействия. Международные и национальные кодексы современного профессионально-делового общения в теории и на практике.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. Что такое этика профессионально-делового общения?
2. Этические нормы и моральные принципы профессионально-деловой коммуникации. В чем заключаются а) их различие; б) взаимосвязь и взаимовлияние?
3. Кратко охарактеризуйте основные международные и национальные кодексы профессионально-делового общения. Соблюдаются ли их требования на практике? Аргументируйте свой ответ.
4. Каковы основные способы и средства повышения уровня этичности профессионально-деловых отношений?

Самостоятельная работа – разработка проекта документа «Этикет делового сотрудничества», отражающего этические нормы деловой коммуникации в поликультурной среде

Контроль – оценка творческой активности на занятии

Тема 3. Лекция. Толерантный профессионально-деловой дискурс как социокультурный феномен. Толерантность как этическая и моральная норма русскоязычного профессионально-делового общения. Культурно-исторические истоки, сущность, основные факторы толерантного профессионально-делового общения. Функции толерантного профессионально-делового дискурса: интегративная, регулятивная, гармонизирующая, культурно-образовательная, воспитательная функции, функции социализации и профессионализации личности и т.п. Коммуникативно-ролевой репертуар профессионально-делового взаимодействия и его влияние на толерантность общения. Лингвистические и экстралингвистические факторы и компоненты толерантной профессионально-деловой коммуникации.

Литература:

Обязательная:

1. Асмолов А.Г. О смыслах понятия «толерантность» // Язык «вражды» и свобода слова: Межэтническое и межконфессиональное в российских СМИ как проблемное поле / Профессиональная этика журналиста: Рабочие материалы. В 2-х частях. Ч. 1. В поисках «мерной линейки». -М. : Галерея, 2003.
2. Губогло М.Н. Представления о толерантности и толерантность представлений // Мир русского слова. - 2002. - № 5.
3. Панфилова А. П. Деловые беседы. – Л., 1989.
4. Просвиркина И.И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2006. – С. 7 - 70
5. Стернин И.А., Шилихина К.М. Коммуникативные аспекты толерантности. – Воронеж, 2001
6. Крайнова А.С. Категория толерантности с позиций проявления в русском менталитете // Наука и вера. Материалы международной научной конференции «Наука, идеология, религия» 30 марта – 2 апреля 2005 г. –

СПб.: Изд-во Ин-та «Высшая религиозно-философская школа», 2005. – 286 с. – С. 116 – 119.

7. Талызина Н.Ф. Теоретические основы разработки модели специалиста. – М.: Знание, 1988.

8. Шиянов Е.Н. Гуманизация профессионального становления педагога // Педагогика. -1991.-.№ 9

9. Методология исследований и формирования социально-культурных практик: Материалы семинара молодых ученых 2000/2001 учеб. год./ Сост. и ред.: И.М. Быховская, Е.М. Миронов. М., 2001.

Дополнительная:

1. Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2007. – С. 357-417

2. Золотухин В.М. Две концепции толерантности. – Кемерово, 1999.

3. Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. - Екатеринбург, 2003.

4. Крайнова А.С. К вопросу о речевых актах толерантного общения, выражающих согласие и несогласие в диалогических единствах (бытовая сфера общения)// Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика. Вып. VII. – СПб.: Сударыня, 2004. – 342 с. - С. 157-162.

Литература указана к лекции

Семинар

Толерантность как этическая и моральная норма русскоязычного профессионально-делового общения. Культурно-исторические истоки, сущность, основные факторы толерантного профессионально-делового общения.

Вопросы к семинару:

1. Дайте определение понятия *толерантный профессионально-деловой дискурс*.
2. Перечислите и охарактеризуйте основные периоды развития толерантного профессионально-делового общения.
3. В чем заключаются сущность и специфика толерантного общения на разных уровнях профессионально-делового взаимодействия?
4. Назовите факторы а) способствующие; б) препятствующие толерантному общению на разных уровнях.
5. Назовите функции толерантного коммуникативного профессионально-делового дискурса.
6. Докажите значимость толерантности в профессионально-деловой коммуникации.

Самостоятельная работа – проведение круглого стола «Толерантная речевая коммуникация в деловой сфере: стереотипы, мифы, практика»

Контроль – тест

Тема 4. Лекция. Толерантная коммуникативная личность специалиста: компетентностный подход. Толерантное поле коммуникативной личности специалиста. Умения толерантного общения в общей структуре профессионально-коммуникативной компетенции. *Языковая компетентность:* знание языковых средств, владение навыками и умениями выражения толерантности коммуникативных намерений, коммуникативных позиций, усвоение толерантного стиля речевого поведения участника общения и т.д. *Социолингвистическая компетентность:* знание языковых средств обозначения социального статуса участников общения, владение способами и средствами выражения

социальных отношений и т.п. *Дискурсивно-прагматическая компетентность.*

Литература:

Обязательная:

1. Просвиркина И.И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2006. – С. 7 - 70

Дополнительная:

5. Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. - Екатеринбург, 2003.

Семинар

Умения толерантного профессионально-делового общения как условие профессионализации, успешной деловой карьеры, профессионального роста специалиста, его конкурентоспособности на рынке труда.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. Какими знаниями, навыками, умениями должен обладать специалист, чтобы научиться толерантному общению?
2. Какие слова, словосочетания, предложения «указывают» на социальный статус, служебное положение участников профессионально-делового общения? Обязательно ли это учитывать в профессионально-деловой коммуникации? Аргументируйте свой ответ.
3. Как вы считаете, помогут ли Вам умения толерантного общения в поиске интересной работы, в продвижении по служебной лестнице или эти умения не имеют значения для карьерного роста? Аргументируйте свой ответ.

Самостоятельная работа – компьютерное тестирование и самооценка уровня толерантности в общении

Контроль – письменная контрольная работа

Тема 5. Лекция. Стратегии толерантного профессионально-делового коммуникативного сотрудничества. Эффективные стратегии толерантного коммуникативного поведения в сфере профессионально-делового общения: цели, типология, условия реализации. Речевая агрессия в профессионально-деловом коммуникативном взаимодействии: формы проявления, способы и средства противостояния и преодоления.

Литература:

Обязательная:

1. Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2007. – С. 171-191; 233-237.
2. Измайлова М.А. Деловое общение. – М., 2007. – С. 8-30
3. Купина НА., Михайлова О.А. Культурные практики толерантности в речевой коммуникации. - Екатеринбург, 2004.
4. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 1999. – С. 9-177.
5. Просвиркина И.И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2006. – С. 71-105

Дополнительная:

1. Денни Р. Приемы деловых коммуникаций. – СПб., 2002.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизм и защита. – М., 2000
3. Емельянов Ю. Н. Обучение паритетному диалогу. – Л., 1991.
4. Измайлова М.А. Деловое общение. – М., 2007. – С. 185-188
5. Карасик В.И. Язык социального статуса. - М., 2002.

6. Льюис Ричард Д. Тренинг эффективного общения: Пер. с англ. М.: Эксмо, 2002.
7. Милич П. Как проводить деловые беседы. – М.: Экономика, 1987.
8. Сидоренко Е. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. — СПб.: Речь, 2006.

Семинар

Эффективные стратегии толерантного коммуникативного поведения в сфере профессионально-делового общения: цели, типология, условия реализации.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. В чем вы видите преимущества толерантного общения с деловыми партнерами по сравнению с агрессивным коммуникативным поведением? Аргументируйте свой ответ.
2. С помощью каких слов, словосочетаний, предложений можно выразить толерантность коммуникативных намерений?
3. Каковы стратегии толерантного общения в деловой коммуникации? Каковы их русскоязычные средства выражения?

Самостоятельная работа – решение конфликтной ситуации в профессионально-деловой среде (с использованием карты конфликта)

Контроль – тест

Тема 6. Лекция. Культура профессионально-делового общения как лингводидактический объект. Культурно-нормативные аспекты профессионально-делового общения. Особенности фонетических, лексических, морфологических, синтаксических, стилистических норм в деловой речи. Проблемы нормативности и толерантности информационно-

коммуникационных технологий профессионально-делового взаимодействия: интернет- / sms- общение и другие современные опосредованные жанры профессионально-деловой коммуникации). Типология речевых ошибок в сфере профессионально-деловой коммуникации, традиционные и инновационные способы и средства диагностики / самодиагностики уровня культурно-речевой грамотности специалиста.

Литература:

Обязательная:

1. Балыхина Т.М., Лысякова М.В., Рыбаков М.А. Учимся общению: учебный курс русского языка и культуры речи для учащихся высших учебных заведений России. – М.: Изд-во РДУН, 2004.
2. Журавлев В.К. Экология языка и культуры // Функционирование языков в многонациональном обществе / Под ред. В.М Солнцева, В. Ю. Михальченко. - М. : Наука, 1991.
3. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – М.: Флинта, Наука, 1997.
4. Русский язык и культура общения для деловых людей. – Саратов: Слово, 1997.

Дополнительная:

10. Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет. – М.: Русский язык, 1978.
11. Андреев В.И. Деловая риторика. - Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1993.
12. Гольдин В.Е. Речь и этикет. – М.: Просвещение, 1983.
13. Колесов В.В. Культура речи – культура поведения. – Л. Лениздат, 1988.
14. Экология культуры. Теоретические и проектные проблемы: Сб. статей / Отв. ред. О.И. Генисаретский. М.: НИИ культуры, 1991.
15. Научно-исследовательская лаборатория социокультурных инноваций: Сб. статей. М.: МГУКИ, 1999.

Семинар. Экология языка профессионально-делового общения и проблема толерантности.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. Как связаны понятия *культура речи специалиста* и *толерантность профессионально-делового общения*.
2. Кратко охарактеризуйте основные культурно-речевые нормы.
3. Как вы понимаете термин *экология языка профессионально-делового общения*? Проиллюстрируйте свой ответ примерами из личной коммуникативной практики.

Самостоятельная работа – подготовка реферата по заданной теме

Контроль – тест

Тема 7. Лекция. Толерантность общения как средство регуляции и гармонизации профессионально-деловых отношений в полиэтнической среде (коллективе). Профессионально-деловое общение в многонациональном трудовом коллективе: сущность, специфика, условия эффективности. Коммуникативные барьеры профессионально-делового общения в полиэтнической среде. «Коммуникативный сбой»: сущность, причины, способы и средства предупреждения. Производственный конфликт и его проявления в деловом дискурсе. Толерантность коммуникативного профессионально-делового взаимодействия как основное средство предупреждения конфликтов. Культурно-речеповеденческие стратегии формирования толерантного профессионально-производственного климата в многонациональном трудовом коллективе.

Литература:

Обязательная:

1. Андреев В. И. Конфликтология (Искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов). – М., 1995.
2. Гласе Л. Вербальная самозащита. – М.: Астрель, 2004.
3. Залюбовская Е.В. Преодоление коммуникативных барьеров в условиях совместной деятельности. – М., 1984.
4. Зельдович Б.З. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2007. – С. 417-440
5. Измайлова М.А. Деловое общение. – М., 2007. – С. 30-50
6. Кузнецов И.Н. Корпоративная культура делового общения: Главные правила общения и поведения в современном обществе. – М.: АСТ, Мн.: Харвест, 2005.

Дополнительная:

1. Анцупов А.Я., Шилов А.И. Конфликтология. – М.: ЮНИТИ, 2002.
2. Гришина Н.В. Психология конфликта. – СПб.: Питер, 2000.
3. Дымарский М.Я. Принцип толерантности и некоторые виды коммуникативных неудач // Культурные практики толерантности в речевой коммуникации /. - Екатеринбург, 2004
4. Ивахненко Е. Онтология конфликта и стратегия посредничества // Век толерантности. - 2003. - № 6.
5. Измайлова М.А. Деловое общение. – М., 2007. – С. 202-207.
6. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Знание, СПбИВЭСЭП, 1999. – С. 49-75.
7. Соснин В.А., Красникова Е.А. Социальная психология. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. – 260-312.
8. Социально-психологические методы практической работы в коллективе: диагностика и воздействие. – М., 1990.

9.Марков А.П., Бирженюк Г.М. Основы социокультурного проектирования: Учебное пособие. СПб., 1998.

10.Красильников Ю.Д. Методика социально-культурного проектирования: Курс лекций. М.: МГИК, 1992.

Семинар

Коммуникативные барьеры профессионально-делового общения в полиэтнической среде. «Коммуникативный сбой»: сущность, причины, способы и средства предупреждения. Производственный конфликт и его проявления в деловом дискурсе.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. Что такое речевая агрессия? Приведите примеры из сферы профессионально-делового общения.
2. Перечислите и охарактеризуйте стратегии толерантного и агрессивного речевого поведения. Как вы думаете, какие стратегии более распространены в практике преподавания в вашем вузе? Почему?

Самостоятельная работа – подготовка реферата по заданной теме

Контроль – тест

Тема 8. Лекция. Инновационные технологии интерактивного обучения / самообучения специалиста толерантной профессионально-деловой коммуникации. Традиционные и новые педагогические технологии обучения / самообучения толерантной профессионально-деловой коммуникации: сущность, специфика, сравнительный анализ и оценка. Модульные технологии формирования индивидуального образовательного маршрута будущего специалиста в сфере русскоязычной

профессионально-деловой коммуникации. Игровые, контекстные, инфокоммуникационные технологии формирования и совершенствования навыков и умений коммуникации в профессионально-деловой сфере. Телекоммуникационные методы, формы, средства дистанционного обучения русскоязычной профессионально-деловой коммуникации.

Литература:

Обязательная:

1. Асмолов А.Г. О смыслах понятия «толерантность» // Язык «вражды» и свобода слова: Межэтническое и межконфессиональное в российских СМИ как проблемное поле / Профессиональная этика журналиста: Рабочие материалы. В 2-х частях. Ч. 1. В поисках «мерной линейки». -М. : Галерея, 2003.
2. Вагапова Д. Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах. — М.: Цитадель, 2001
3. Крайнова А.С. Методика обучения иностранных студентов толерантным формам речевого общения: Дис. ... канд.пед.наук. – СПб, 2005

Дополнительная:

1. Лысакова И.П. Рече-поведенческие тактики: лингвокультурологическое содержание и место в преподавании РКИ // Русистика и современность: Материалы VII международной научно-практической конференции. Т. 1. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация. – СПб., 2005.
2. П. Юцавичене. Теория и практика модульного обучения. Каунас, 1989. – 358 с.
3. Фоменко Т.В. Нетрадиционная система организации учебного процесса. Ростов-на-Дону, ГНМЦ, 1994 г.

4. Попков. Опыт рейтинговой оценки знаний студентов. Педагогика, 1998, №8.

Семинар

Традиционные и новые педагогические технологии обучения / самообучения толерантной профессионально-деловой коммуникации: сущность, специфика, сравнительный анализ и оценка. Модульные технологии формирования индивидуального образовательного маршрута будущего специалиста в сфере русскоязычной профессионально-деловой коммуникации.

Литература указана к лекции

Вопросы к семинару:

1. Опишите основные характеристики новых педагогических технологий обучения / самообучения толерантной профессионально-деловой коммуникации.
2. В чем состоит суть модульных технологий формирования индивидуального образовательного маршрута будущего специалиста в сфере русскоязычной профессионально-деловой коммуникации.
3. Укажите, какие телекоммуникационные методы, формы, средства применимы для дистанционного обучения русскоязычной профессионально-деловой коммуникации

Самостоятельная работа – разработка индивидуального модульного образовательного маршрута в рамках заданной компетенции

Контроль – контрольная работа

Тема 9. Лекция. Инновационные методы, формы, средства диагностики / самодиагностики коммуникативной компетентности специалиста в сфере профессионально-деловой коммуникации.

Уровневый подход к измерению коммуникативной компетентности специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения. Системы уровней и требования к уровням компетентности в стандартизирующих и регламентирующих общеевропейских и российских документах. Инфокоммуникационные технологии диагностики / самодиагностики а) реальных коммуникативных достижений; б) зоны ближайшего речевого развития; в) уровня коммуникативной готовности специалиста к профессионально-деловому общению; г) степени толерантности и эффективности общения в социально-профессиональной макросфере.

Литература

Обязательная:

1. Балыхина Т.М. Структура и содержание российского филологического образования. Методологические проблемы обучения русскому языку.: Научное издание. – М.: Изд-во МГУП, 200. – 400 с.
2. Балыхина Т.М., Харитонов О.В. Коммуникативный портрет преподавателя русского языка: профессионально-педагогическая речь как лингводидактический дискурс: Учеб. пособие. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – 238 с.

Дополнительная:

1. Балыхина Т.М., Ельникова С.И., Маркина Т.В., Харитонов О.В. Уроки толерантности: Учеб. пособие по русскому языку. - М.: Изд-во РУДН, 2005.- 105 с.: ил.
2. Гарцов А.Д. Новые информационные технологии в высшей школе. Информационные технологии в методике преподавания языков:

новые приоритеты: Курс лекций. - М.: Изд-во РУДН, 2004. - 196 с.: ил.

3. Государственное тестирование по русскому языку как иностранному иностранных граждан и лиц без гражданства для приема в гражданство Российской Федерации: Образец теста по русскому языку. - М.: Изд-во РУДН, 2003. - 41 с.
4. Государственный стандарт по русскому языку как иностранному. Второй уровень владения русским языком в учебно-профессиональной сфере. Для учащихся естественнонаучного, медико-биологического и инженерно-технического профилей / Авт. кол.: И.К. Гапочка, В.Б. Куриленко, Л.А. Титова. - М.: Изд-во РУДН, 2003. - 32 с.

Семинар

Инновационные методы, формы, средства диагностики / самодиагностики коммуникативной компетентности специалиста в сфере профессионально-деловой коммуникации.

Литература указана к лекции.

Вопросы к семинару:

1. В чем суть уровневого подхода к измерению коммуникативной компетентности специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения?
2. Какие уровни коммуникативной компетентности специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения вам известны?
3. В каких стандартизирующих и регламентирующих общеевропейских и российских документах отражены требования к уровням компетентности специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения вам известны?

4. Какие инфокоммуникационные технологии применяются для диагностики / самодиагностики степени толерантности и эффективности общения в социально-профессиональной макросфере?

Самостоятельная работа - разработка сценария ролевой игры «Мне удалось получить выгодный контракт»

Контроль – оценка активности работы на занятии, тест