



Русский язык в сфере деловых коммуникаций

1. Общение и коммуникация, виды коммуникации
2. Языковые формы воздействия

Различаем понятия:

Коммуникация

– это обмен информацией




Общение

□ – это двусторонний процесс, основанный на **взаимодействии равноправных** партнёров






Деловая коммуникация

- лежит в сфере **официальных** отношений и направлена на **решение конкретной проблемы** или достижение необходимого результата, исходя из **общих** интересов и целей коммуникантов
- 



Характеристики деловой коммуникации:

1. **Регламентированность** - подчинение установленным правилам и ограничениям
 2. Строгий **отбор речевых средств**
 3. Строгое соблюдение ролевого амплуа собеседников (начальник/подчиненный)
- 

Виды деловой коммуникации

Виды общения	Признак деления	Примеры
Контактное - дистантное	По положению участников во времени и пространстве	Веб-конференция, переговоры, совещание
Непосредственное - опосредованное	По наличию технических средств	Телефонный разговор, вебинар
Устное - письменное	По форме речи	Беседа, письменное распоряжение
Межличностное - публичное	По количеству участников	Собеседование, презентация

Межличностная/частная коммуникация – общение коллег

- непринуждённость
- отсутствие жестких требований к качествам речи
- свободный выбор слов, определяемый степенью близости собеседников



Публичная/массовая коммуникация - выступления при большой аудитории

- средства и тактики, приемлемые для большинства слушателей
- развёрнутые доказательства собственного мнения
- большая эмоциональность
- роль голоса и интонации






Устная/письменная коммуникация:

□ **Устная** - беседа:


- Непосредственная обратная связь
- Менее официальный характер
- Использование невербальных средств

□ **Письменная** - приказ:

- Более тщательная подготовка
- Отсутствие непосредственной обратной связи
- Возможность дублировать сообщение



Непосредственная/опосредованная

- «Лицом к лицу»
 - Вербальная и невербальная составляющие
 - Непосредственная обратная связь
 - Посредники – письмо, технические устройства
 - Отсроченная обратная связь
- 

Непосредственная/опосредованная КОММУНИКАЦИЯ

Общение

непосредственное
(«прямой» диалог;
разговор
по телефону)



опосредованное
(письма, записки,
интернет,
факс, SMS)





Контактная/дистантная

- Участники совпадают по времени и пространству
- Занятия в аудитории
- Участники разнесены по времени и пространству
- Видео конференция
- Голосовое сообщение

Виды коммуникации:

1. познавательная,
2. убеждающая,
3. экспрессивная,
4. суггестивная,
5. ритуальная.



1. Познательная коммуникация

□ Цель:

- передать новую информацию,
- прокомментировать инновационные сведения



Условия организации коммуникации:

- учет познавательных возможностей собеседников



Коммуникативные формы:

- лекции и семинары, доклады, беседы, отчеты, письменные работы



Коммуникативные средства и технологии:

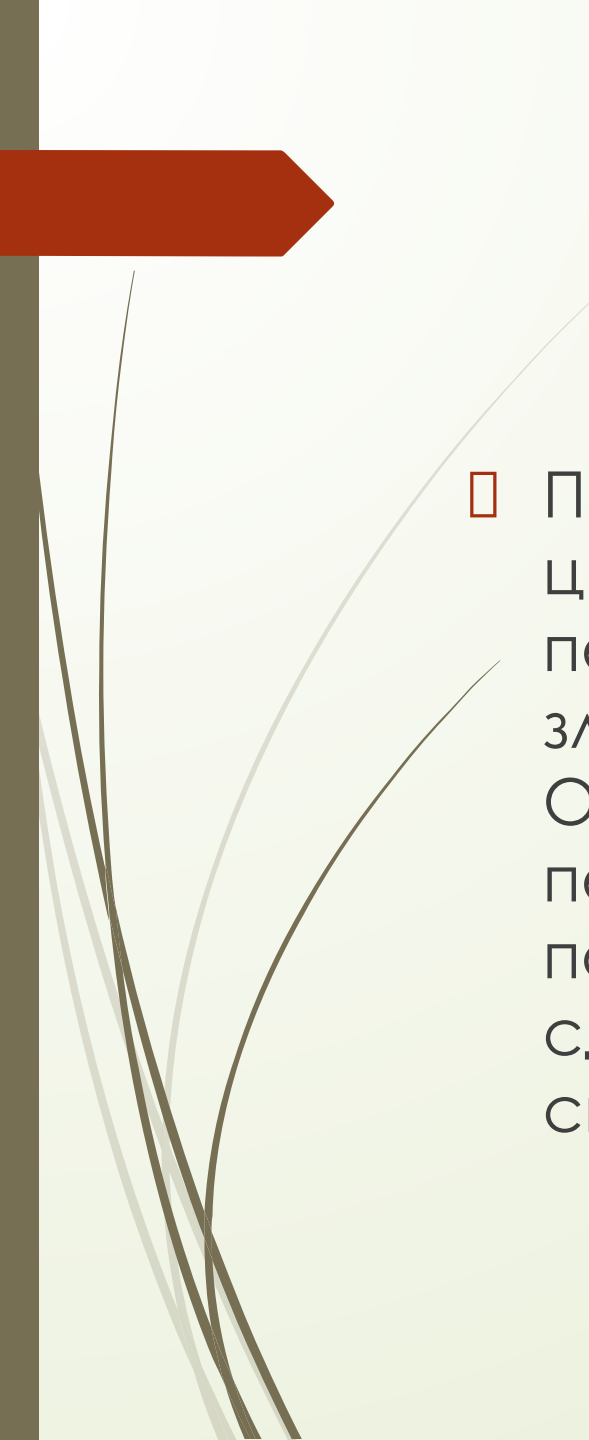
- комментарий,
- аргументация,
- сравнительный анализ,
- интерпретация новой лексики,
- ораторское мастерство.



Ожидаемый результат:

- освоение
НОВОЙ
информации и
применение
ее в
практической
деятельности



- 
- Программа Научпок – это цикл документальных передач на самые злободневные темы: Опасны ли микроволновые печи, чем может быть полезна аллергия, как сделать реальный световой меч?

Убеждающая коммуникация

□ Цель:

- вызвать у делового партнера определенные чувства, сформировать установки; убедить; **сделать своим единомышленником**



Условия организации коммуникации:

- опора на личностную мотивацию и интеллектуально-эмоциональную культуру партнера.



Коммуникативные формы:

- убеждающая речь,
- пресс-конференция,
- дискуссия,
- переговоры,
- беседа,
- презентация



Коммуникативные средства и технологии:

- аргументация,
- факты,
- цифры и примеры, показывающие преимущества;
- учет контраргументов партнера;



Ожидаемый результат:

- привлечение партнера,
- изменение ЛИЧНОСТНЫХ УСТАНОВОК,
- переориентация целей.



Примеры убеждающей КОММУНИКАЦИИ


Убеждающее общение



Убеждающее общение проявляется во влиянии одного человека на другого с целью изменить его взгляды и поведение.



- 14 фильмов об ораторском искусстве
- <https://www.eduneo.ru/14-filmov-ob-oratorskom-iskusstve-i-masterstve-ubezhdeniya/>



Пример анализа убеждающей коммуникации:

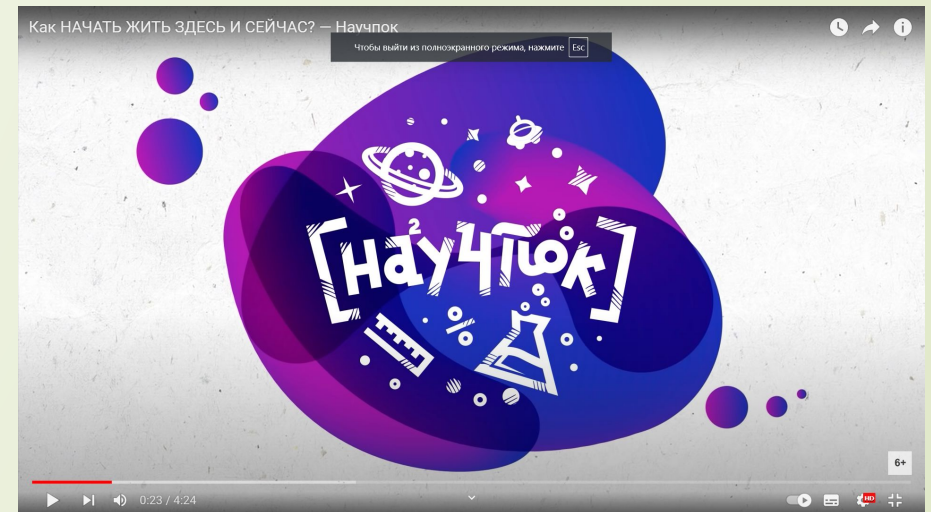
Цель – вызвать чувство доверия, убедить в искренности.

Условия о.к. – опора на личностную мотивацию

Ком. формы – убеждающая речь

- **Ком. средства** – аргументация, факты, примеры
- **Ожидаемый результат** – изменение личностных установок

□ Научпок: Вы хотите узнать больше об окружающем мире? Подписывайтесь!



3. Экспрессивная коммуникация

Цель:

- сформировать у партнера психоэмоциональный настрой,
- передать чувства,
- побудить к необходимому действию.

Экспрессивная речь

- на **высшем уровне** включает осознание смысла и выбор формы его передачи (устной или письменной, стиля высказывания, дополнительной экспрессии в виде жестов и т.п.),
- на **среднем уровне** – лингвистическое программирование,
- на **низшем уровне** – моторную реализацию.

Дефекты лингвистического программирования составляют ядро системной патологии речи, расстройства моторной реализации приводят к парциальным расстройствам.



Условия организации коммуникации:

- опора на **ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ** сферу партнера,
- воздействие на все сенсорные каналы партнера.



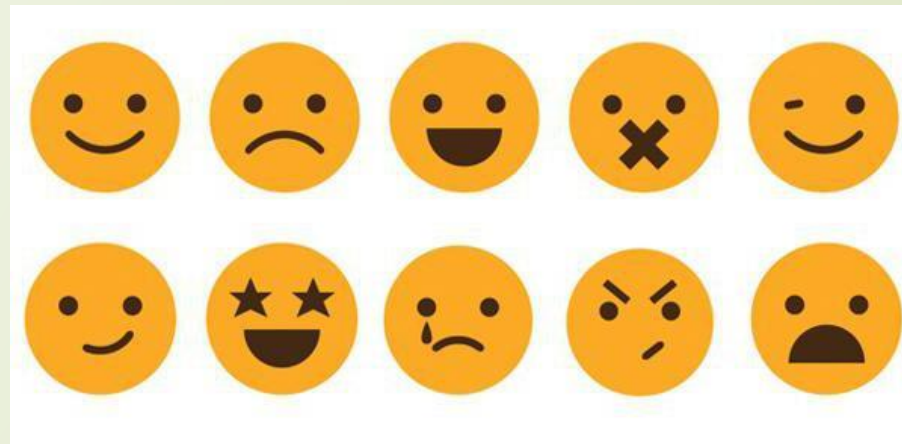
Коммуникативные формы:

- презентации;
- МИТИНГИ;
- МОЗГОВОЙ ШТУРМ,
- ЛОЗУНГИ И ПРИЗЫВЫ.



Коммуникативные средства и технологии:

- аудио-, видео-, художественные средства;
- эмоционально окрашенная, образная лексика;
- актерское мастерство;
- искренность демонстрируемых чувств.



□ Научпок -
распрекрасный
канал о всяких
научных штуках.



Невербальная коммуникация

- ❑ кинетика (движения экспрессивно-выразительные, включающие в себя жесты, мимику, пантомиму, походку);
- ❑ паралингвистика (система вокализации голоса, паузы, покашливания и т.п.);
- ❑ такесика (рукопожатие, похлопывание по спине или плечу, прикосновение, поцелуи).
- ❑ визуально-контактный (направление взгляда, его длительность, частота контакта).
- ❑ проксемика (нормы организации пространства (ориентация, дистанция, размещение за столом) и времени в общении);



Движения экспрессивно-выразительные

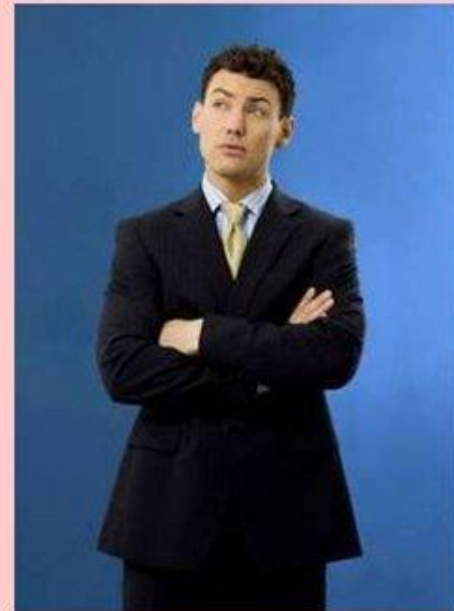
- **Открытые жесты и позы тела**

(Руки собеседника повернуты ладонями вверх и широко раскинуты в стороны. Посадка головы прямая, плечи расправлены. Взгляд прямой. Мимика лица естественная, без напряжения и скованности.)



- **Закрытые жесты и позы**


(Руки, скрещенные на груди, перекрещенные ноги в положениях стоя и сидя – классический жест закрытости, недоступности. Эмоциональный статус человека не позволяет чувствовать себя свободно и непринужденно.)



Ожидаемый результат:

- изменение настроения партнера,
- провокация необходимых чувств,
- вовлечение.





Пример анализа экспрессивной коммуникации:

- **Цель** – изменение личностных установок
- **Условия о.к.** – побудить к необходимому действию
- **Ком. формы** – воздействие на все сенсорные каналы партнера (просодика, кинесика, проксемика)
- **Ком. средства** – призывы, эмоционально окрашенная, образная лексика;
актерское мастерство
- **Ожидаемый результат** – изменение настроения партнера,
 - провокация необходимых чувств,
 - вовлечение.

4. Суггестивная коммуникация

Цель:

- оказать **внушающее воздействие** на делового партнера для изменения установок, поведения и отношения.



Условия организации коммуникации:

- внушаемость партнера,
- его недостаточная информированность,
- создание атмосферы доверительности.



Коммуникативные формы:

- беседы, митинги,
- пресс-конференции,
- дебаты,
- **реклама,**



Коммуникативные средства и технологии:

- разъяснение внушаемых установок;
- управление эмоциональным напряжением;
- **внушение**



Ожидаемый результат:

- изменение поведения партнера,
- смена установок, ценностных ориентаций



Суггестивная коммуникация

СУГГЕСТИВНОСТЬ

(от лат. suggestio - внушение) -
способность голоса воздействовать на эмоции и
поведение слушателей независимо от смысла
произносимых слов.



Ваша задача студента М-51



Пример анализа суггестивной коммуникации

- **Цель** – оказать внушающее воздействие на потребителя для изменения установок,
- **Условия о.к.** – создание атмосферы соперничества
- **Ком. формы** – реклама,
- **Ком. средства** – управление эмоциональным напряжением;
- внушение
- **Ожидаемый результат** – влияние на целевую аудиторию

5. Ритуальная коммуникация

Цель:

- закрепить и поддерживать конвенциональные отношения;
- сохранять **ритуальные традиции** фирмы, предприятия,
- создавать новые.



Условия организации коммуникации:

- художественно оформленная пространственная среда;
- соблюдение конвенций;
- опора на национальные, профессиональные традиции и нормы общения.



Коммуникативные формы:

- торжественная речь,
- праздники, посвящения, чествования;
- презентации и торжественные собрания.
- рекламная коммуникация



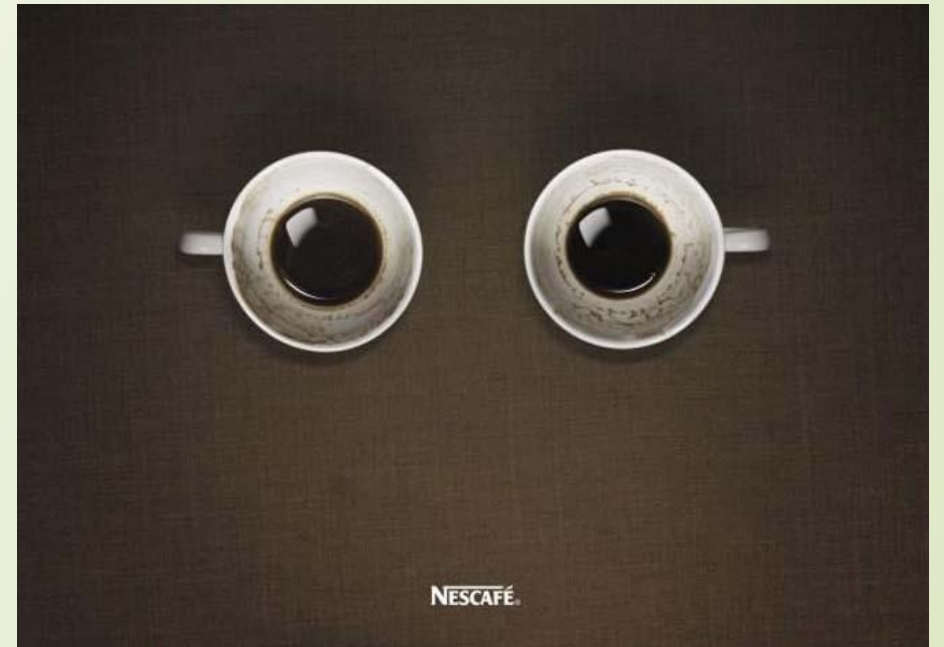
Коммуникативные средства и технологии:

- использование вербальных и невербальных средств,
- включение участников в активную массовую деятельность;
- неординарность сюжетов при сохранении традиций.



Ожидаемый результат:

- формирование чувства патриотизма;
- сохранение традиций,
- закрепление новых ритуалов.





Пример анализа ритуальной коммуникации:

- **Цель** – закрепить и поддерживать конвенциональные отношения
- **Условия о.к.** – соблюдение конвенций
- **Ком. формы** – монолог, диалог
- **Ком. средства** – использование вербальных и невербальных средств,
- **Ожидаемый результат** – сохранение традиций



Языковые формы воздействия:

заражение,
эффект подражания,
похвала,
критика,
внушение.

Похвала



□ ПОЛОЖИТЕЛЬНАЯ
ОЦЕНКА
ЧЕЛОВЕКА И ЕГО
ДЕЙСТВИЙ



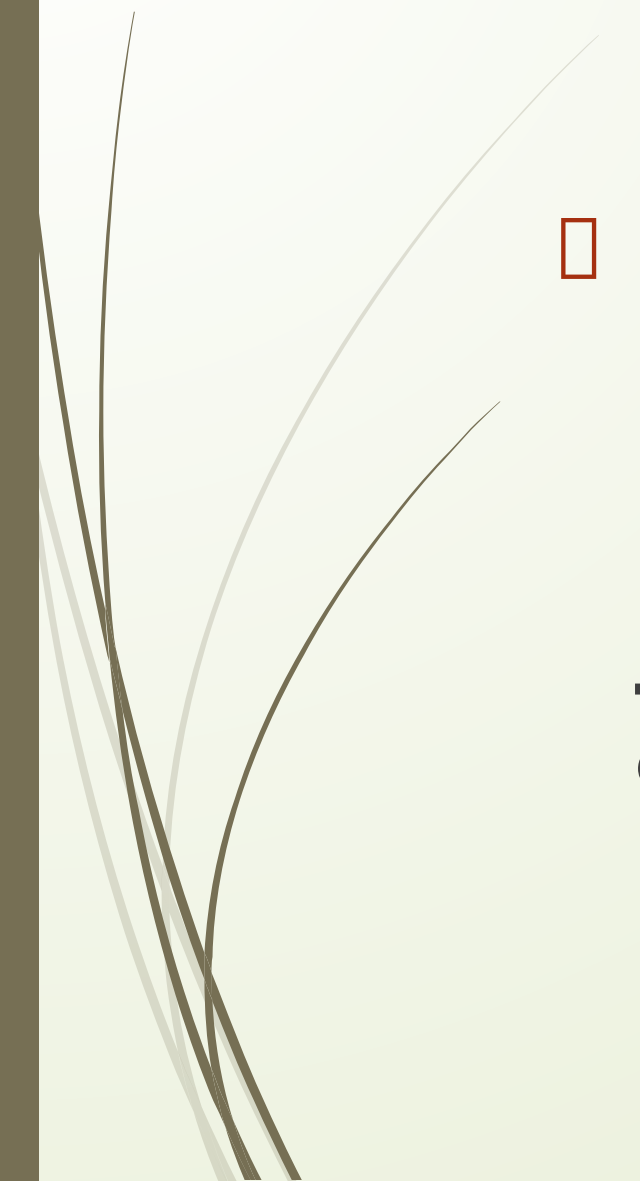
Тест «на соответствие»:

1. Комплимент
2. Лесть

1. небольшое преувеличение достоинства, которое хотел бы видеть в себе собеседник
2. необъективное и неправдоподобное преувеличение качеств человека



Тест «верно/неверно»


- Верно ли, что содержанием комплимента может быть внимание к внешности партнера, его интеллектуальным и душевным достоинствам, его вещам и собственности.
- 



Тест «Множественный выбор»

К похвале предъявляются следующие требования:

1. дозированность;
2. последовательность;
3. регулярность,
4. отсутствие фактической основы



Тест «Одиночный выбор»

Из предложенных фраз выберите пример похвалы:

1. Миранда, чудесный банкет, как всегда
2. Тонкий вкус – ваше отличительное качество

Критика



□ отрицательная
оценка
действий
человека



Тест «на соответствие»:

1. вертикальную критику (начальник-подчиненный)
2. горизонтальную критику (коллега-коллега)

1. учитывают и изменяют свое поведение в лучшую сторону
2. игнорируют



Тест «верно/неверно»

- Верно ли, что критика должна быть конструктивной, конфиденциальной, доброжелательной, аргументированной, с подчеркиванием возможности устранения недостатков и демонстрацией готовности прийти на помощь?



Тест «Множественный выбор»

- Фраза *«Нет, я просто никак не возьму в толк. Почему нельзя как следует подготовиться к прогону? Вам дано было на это безумное количество времени. Я в полном недоумении. Где все рекламодатели?»*, - является примером критики:
1. неконструктивной,
 2. конфиденциальной,
 3. недоброжелательной,
 4. неаргументированной,
 5. с подчеркиванием возможности устранения недостатков и демонстрацией готовности прийти на помощь




Тест «Одиночный выбор»

Конструктивную критику стоит:

1. смягчить сопереживанием, предупреждением о последствиях.
2. выговором с занесением в личное дело.



□ Тест 4




1. Повышенное внимание к интонационному рисунку речи не является характерной чертой какого общения:

1. диалогического
2. монологического
3. межличностного
4. публичного
5. непосредственного
6. опосредованного
7. контактного
8. дистантного
9. массового
10. частного



2. СМС-сообщение – жанр общения:

1. диалогического
2. монологического
3. межличностного
4. публичного
5. непосредственного
6. опосредованного
7. контактного
8. дистантного
9. массового
10. частного




3. Верно ли, что если во время общения стремятся свести к минимуму риск двусмысленного понимания, то общение носит характер:

1. межличностного
2. непосредственного
3. контактного

4. Если адресат – миллионная аудитория, то общение носит характер:

1. диалогического
2. монологического
3. межличностного
4. публичного
5. непосредственного
6. опосредованного
7. контактного
8. дистантного
9. массового
10. частного



**5. Фраза «Господа судьи,
господа присяжные заседатели!» -
пример:**

1. Познавательной коммуникации
2. Убеждающей коммуникации
3. Экспрессивной коммуникации
4. Суггестивной коммуникации
5. Ритуальной коммуникации