



# **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
- 

# 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



## Характеристики деловой коммуникации:

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

# 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

- **Непосредственное общение** – это естественный контакт «лицом к лицу» при помощи вербальных (речевых) и невербальных средств.
- **Опосредованное общение** может рассматриваться как неполный психический контакт при помощи письменных или технических устройств, затрудняющих или отделяющих во времени получение обратной связи между участниками общения.

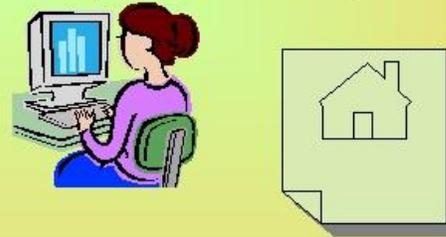
# Непосредственная/опосредованная КОММУНИКАЦИЯ

## Общение

**непосредственное**  
(«прямой» диалог;  
разговор  
по телефону)



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



# Контактная/дистантная коммуникация

## Дистанционные виды общения



**Снять трубку после второго звонка.**

**Поздороваться в корректной форме.**

**Представиться (организация, ФИО, должность).**

**Контролировать скорость и громкость разговора.**

# Виды коммуникации:

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



# 1. Познательная коммуникация

□ **Цель:**

расширить  
информацион-  
ный фонд  
партнера,  
передать  
необходимую  
информацию,



# Условия организации коммуникации:

- учет познавательных возможностей конкретных деловых партнеров



# 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



# Пример анализа познавательной коммуникации:

**Цель** – знания о международных образовательных моделях (Финская, испанская, итальянская, французская)

**Условия о.к.** – общедоступность

**Ком. формы** – монолог, презентация

**Ком. средства** – аргументация, сравнительный анализ, ораторское мастерство

**Ожидаемый результат** – поиск подходящей модели образования



# 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, комплимент, 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

# 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.



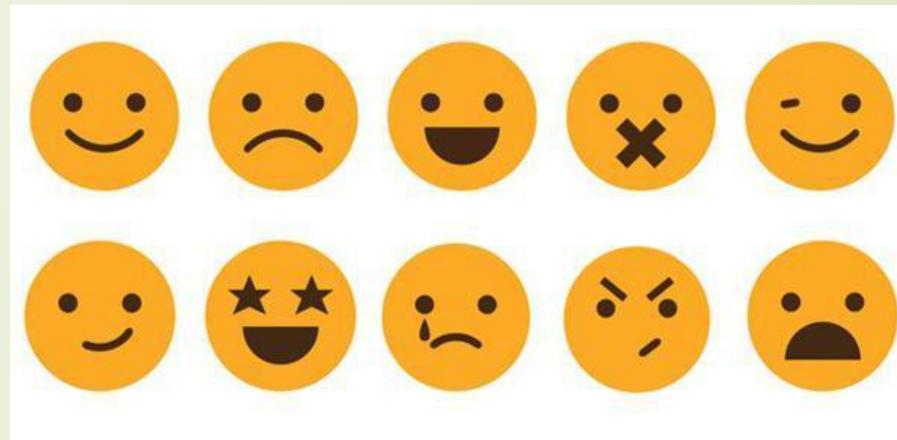
# Коммуникативные формы:

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



# Коммуникативные средства и технологии:

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



# Невербальная коммуникация

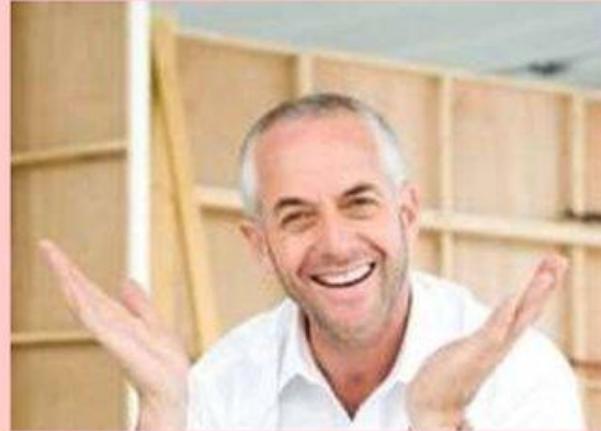
- кинетика (движения экспрессивно-выразительные, включающие в себя жесты, мимику, пантомиму, походку);
- паралингвистика (система вокализации голоса, паузы, покашливания и т.п.);
- такесика (рукопожатие, похлопывание по спине или плечу, прикосновение, поцелуи).
- визуально-контактный (направление взгляда,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



# Движения экспрессивно-выразительные

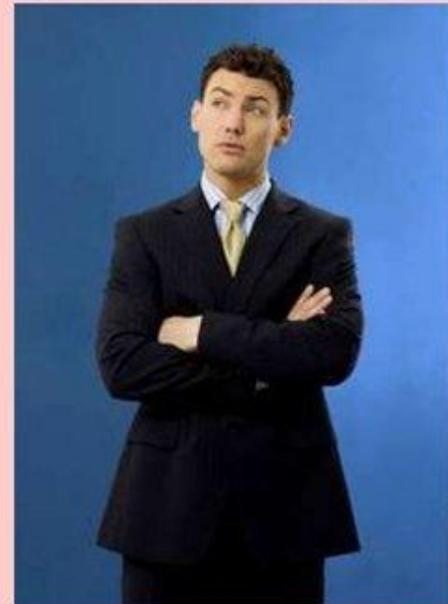
- **Открытые жесты и позы тела**

*(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



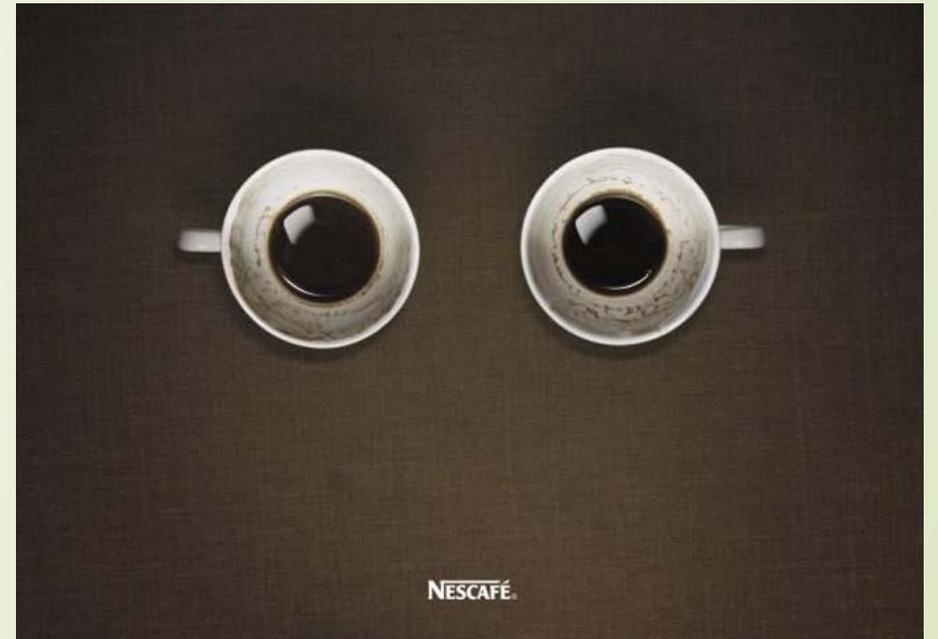
# Коммуникативные средства и технологии:

- 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