

ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ

И.В. Самойлова, И.Н. Мавлюдов

КУЛЬТУРА РЕЧИ И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

Учебное пособие

Пенза 2021

УДК 93
ББК 63.3 (2)
С 17

Печатается по решению методической комиссии инженерного факультета от 15.03.2021 г., протокол № 7.

Рецензент – кандидат культурологии, доцент кафедры «Управление, экономика и право» ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ О.И. Уланова.

Самойлова, Ирина Викторовна
С 17 Культура речи и деловое общение: учебное пособие / И.В. Самойлова, И.Н. Мавлюдов. – Пенза: РИО ПГАУ, 2021. – 127 с.

Учебное пособие предназначено для обучающихся на бакалавриате и специалитете, изучающих, согласно рабочей программе, дисциплину «Культура речи и деловое общение». Пособие дополняют практические задания, письменная работа, темы рефератов, глоссарий. Простота изложения материала поможет оптимальному его освоению.

© ФГБОУ ВО
Пензенский ГАУ, 2021
© И.В. Самойлова,
И.Н. Мавлюдов, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
<i>Часть I Курс лекций.....</i>	<i>6</i>
Тема 1 История зарождения и развития учения о культуре речи.....	6
Тема 2 Культура общения.....	13
Тема 3 Деловое общение в сфере межличностных отношений.....	23
Тема 4 Этикет и имидж в деловом общении.....	35
Тема 5 Деловые переговоры.....	46
Тема 6. Использование элементов невербального общения при ведении переговоров.....	56
Тема 7 Документационное обеспечение делового общения.....	71
Тема 8 Цифровой этикет.....	85
<i>Часть II Практикум.....</i>	<i>103</i>
Тематика семинарских занятий.....	103
Письменная работа.....	105
Темы рефератов.....	114
Глоссарий.....	117
Литература.....	126

ВВЕДЕНИЕ

Хорошо говорить на своём родном языке желает каждый. Не только школьный учитель, или преподаватель вуза, адвокат или журналист, дипломат или политик – любой человек мечтает говорить по-русски убедительно, правильно, ясно, логично, образно, то есть владеть хорошей русской речью, или, как говорят специалисты, «соответствовать риторическому идеалу».

В чём же суть риторического идеала? Как отличить хорошего оратора, мудрого остролова от болтуна и краснобая? Отечественная наука отвечает и на этот вопрос: в русском языкознании выработаны чёткие критерии определения качества хорошей русской речи, которые позволяют в каждом конкретном случае оценить умение вести разговор, убедительно высказывать собственную точку зрения.

Обычно, говоря о риторическом идеале и хорошей русской речи, имеют в виду, прежде всего устную форму языка, которая, как известно, существенно отличается от формы письменной. Есть много примеров прекрасного владения письменной речью при полном неумении выступать перед публикой или просто общаться. И напротив, встречаются отличные ораторы или рассказчики, совершенно неспособные создать толковый письменный текст или даже простую записку с ясным содержанием (такие примеры демонстрирует Интернет). Разумеется, идеальный вариант – гармоничное владение как устной, так и письменной речью, что встречается не очень часто.

И другая сторона риторического идеала и хорошей речи. Есть принципиальные различия общения бытового – неофициального – и делового – обычно официального. «Ты просто так или по делу?» – спрашиваем мы знакомого и сразу настраиваем речевого партнёра и самих себя на определённый регистр общения. Ситуации бытового, обиходного общения (даже письменного) с хорошо знакомыми, близкими людьми отличаются значительной мерой речевой свободы, раскованности, не требуют подготовки, самоконтроля, неременного соблюдения целого ряда коммуникативно-речевых и этических условий и, главное, не влекут за собой, как правило, серьёзных последствий сказанного или написанного. Иное дело – официальная речевая коммуника-

ция, деловое общение, в котором говорящий или пишущий должен придерживаться известных ограничений и строгих правил, языковых, поведенческих, этических.

Деловое общение, в отличие от обиходно-бытового общения, практически всегда подчинено решению конкретных задач: производственных, научных, коммерческих, политических, социальных – в зависимости от интересов и целей речевых партнёров. Невозможно обойтись без делового общения; нет человека, который не нуждался бы в навыках деловой речи, устной или письменной. Хорошая русская, грамотная речь – если и не гарантия жизненного успеха, то, несомненно, одно из условий его достижения. Говорят, что хорошая речь – это талант. Возможно, это так, но хорошо говорить и писать, способен научиться каждый.

Часть I Курс лекций

Тема 1 ИСТОРИЯ ЗАРОЖДЕНИЯ И РАЗВИТИЯ УЧЕНИЯ О КУЛЬТУРЕ РЕЧИ

Умение эффективно общаться и чувствовать себя легко и свободно в любой компании, в любой аудитории – это уникальная способность, которая делает человека успешной и интересной личностью и позволяет добиваться в жизни поставленных целей. Эту способность можно и нужно развить в себе, для того, чтобы ваши слова были не только услышаны, но и восприняты слушателями.

Современное общество проводит жесточайший отбор, и не каждый сможет с достоинством его пройти. Только образованные и грамотные люди могут достичь желаемых успехов. И умение правильно и красиво говорить здесь крайне важно. Ведь от того, как человек доносит информацию до слушателей, от того, как он умеет слушать своего собеседника, зависит и то, насколько они поймут друг друга, и то, насколько продуктивным будет их контакт.

Учение о речевой культуре зародилось в Древней Греции и Древнем Риме – в теории и практике ораторского искусства. Как сделать речь убедительной и выразительной, доступной и краткой, точной и уместной, богатой и чистой?

Над этим вопросом размышляли ораторы и ученые, полководцы и общественные деятели еще в IV в. до н.э. Именно тогда, в античности, возникла наука о красноречии – риторика.

История риторики связана с именами величайших мыслителей человечества. Становление риторики как науки произошло в Древней Греции в V в. до н.э. и было связано с потребностями демократического общества высочайшей культуры. Республиканская форма правления сделала красноречие самым важным и необходимым искусством. В Афинском государстве практически все политические решения принимало народное собрание, и ораторам нужно было суметь убедить народ в правильности того или иного выбора. Выдающимися политическими ораторами были Перикл, Фемистокл, Демосфен. Судебные решения в Греции также зависели от того, насколько красноречиво стороны могут доказать свою позицию и склонить суд в свою пользу.

Развитию судебного красноречия в Древней Греции способствовали законы афинского правителя Солона, изданные в 594 г. до н.э., по которым вводился состязательный судебный процесс. Поскольку института прокуроров не существовало, обвинителем мог выступить каждый, а обвиняемый должен был защищаться сам. Выступая перед судьями, которых насчитывалось более 500 человек, обвиняемый стремился не столько убедить их в своей невиновности, сколько разжалобить, привлечь их на свою сторону. Чтобы создать впечатление объективности и как-то нейтрализовать психологическое воздействие, судебное заседание в Афинах назначалось на вечернее время, когда не было видно лиц говорящих.

Условия судебной процедуры в древних Афинах были сложными, к тому же не все обладали даром слова, и это побудило граждан учиться выступать перед аудиторией. Величайшими судебными ораторами были Протагор (ок. 481-411 гг. до н.э.), Лисий (ок. 435-380 гг. до н.э.), Горгий (ок. 480- ок. 380 гг. до н.э.), Демосфен (384-322 гг. до н.э.), который, выступая вначале только с судебными речами, потом втянулся в политическую жизнь Афин. Демосфен был не только признанным оратором, но и ведущим политическим деятелем.

Учителями красноречия были и крупнейшие греческие философы: Сократ (469-399 гг. до н.э.), Платон (427-347 гг. до н.э.).

Позднее начало постепенно складываться теоретическое обобщение ораторской практики, собрание правил и методических приемов обучения. Анализ большого эмпирического материала был проделан Аристотелем (384-322 гг. до н.э.), который в 335 г. до н.э. написал «Риторику». Труд Аристотеля состоит из трёх частей: 1) анализ принципов, на основе которых строится речь; 2) личные свойства и способности, необходимые оратору; 3) техника речи, способы и приемы, применяемые в ораторском искусстве. Аристотель считается основоположником теории спора. В риторике он различал *диалектику* – искусство спорить в целях выяснения истины, *эристику* – искусство любой ценой отстаивать правым в споре и *софистику* – стремление добиться победы в споре путем преднамеренного использования ложных доводов.

Дальнейшее свое развитие ораторское искусство получило в Древнем Риме в I в. до н.э. В плеяде известнейших древнерим-

ских ораторов звездой первой величины был Марк Туллий Цицерон (106-43 гг. до н.э.) – глава римского сената, автор трех трактатов: «Оратор», «Об ораторе», «Брут». Из сочинений Цицерона сохранилось 58 судебных и политических речей, 19 трактатов по риторике, политике, философии и более 800 писем.

Другой римский оратор и теоретик красноречия – Марк Фабий Квинтилиан (35-95 гг. н.э.), который написал «Риторические наставления», состоящие из 12 книг и охватывающие опыт нескольких столетий. Книги отразили проблемы, которые не рассматривались его предшественниками: о воспитании будущего оратора, о чести оратора-гражданина, о «благоприличии» в слове.

Средневековые считают следующим периодом истории красноречия, отражавшего движения общественной мысли в ее противоречиях и многообразных попытках претворения в жизнь. Традиции античной риторики в значительной мере были забыты или даже утрачены. Однако ораторское искусство не умерло. Риторика развивалась во Франции, Германии, Италии.

Особое развитие получило духовное красноречие. В V–VI вв. н.э. христианство стало огромной духовной силой, влиявшей на миллионы людей. В VII–VIII столетиях с невероятной быстротой распространилась еще одна религия – ислам. Христианское и исламское проповедничество стало первостепенным фактором развития устного слова. На поприще церковного проповедничества выросли крупные богословские ораторы: Тертуллиан, Августин Блаженный, Иоанн Златоуст, Боэций. Их речи легли в основу *гомилетики* – теории церковного красноречия. Основным объектом риторики являлось создание богослужебных текстов, толкование различных вопросов вероучения, техника ведения богословских диспутов.

Наиболее значительной фигурой является знаменитый Иоанн Златоуст (ум. в 407 г.), считавшийся идеальным византийским проповедником. Само прозвище «Златоуст» свидетельствует о высокоуважительном отношении к публично сказанному слову и о почитании людей, владевших им и умевшим посредством живой речи воздействовать на слушателей.

Новый серьезный вклад в теорию риторики был сделан в XIII веке Фомой Аквинским, который указал на значение здравого

смысла и логики как фундамента, на котором должно строиться здание христианской догмы.

В период средневековья регулярно выходили сочинения по эпистолярному искусству и поэтике.

Следующий этап развития риторики – эпоха Возрождения – для которой характерно появление трудов на национальных европейских языках, в отличие от средневековой латыни. Доминантой развития риторики в этот период является ее «литературизация». Части риторического канона: изобретение, расположение, словесное выражение, запоминание, произнесение – стали рассматриваться как отдельные самостоятельные направления риторической

В трудах французского философа и логика Пьера де ла Раме активно разрабатывались такие разделы, как элокуция (выразительность ораторской речи, связан с собственно написанием письменного или устного текста, т.е. его словесным оформлением) и акцио (это не просто озвучивание текста, это предъявление его оратором конкретной аудитории, что нередко влечет за собой трансформацию исходного текста, демонстрирующую импровизационные навыки говорящего.).

В Средние века европейские риторические идеи через Польшу и Украину проникли в Россию. Развитие русской риторики приобрело особое значение в истории нормализации русского литературного языка, в становлении реальных социально-коммуникативных форм общения между россиянами.

На Руси красноречие называлось вещанием, которое развивалось в основном на народных собраниях – вече.

Кроме вещания развивались и такие виды красноречия, как торжественная (или достохвальная), военная и дипломатическая речи.

Основой древнерусского красноречия были народные традиции, а с принятием христианства в 988 г. – византийские и южнославянские образцы. До нас дошли некоторые тексты, которые свидетельствуют о высокой культуре устной речи. Старинному русскому красноречию были присущи такие традиции, как высокое уважение к словесному мастерству, нравственно-поучительный пафос, вера в то, что дар слова – великая добродетель, Божий дар; кротость, смирение в публичной речи и беседе,

высокий эмоциональный накал обращений и призывов, полное отсутствие подобострастия и лести.

Первые русские руководства по риторике написаны епископом Макарием (1617-1619 гг.), М.И. Усачевым (1699 г.), Феофаном Прокоповичем (два сочинения – «De arte poetica» (1705 г.), «De arte rhetorica» (1706 г.). Их учебники риторики использовались в школах, открываемых при церквях, и для обучения будущих церковнослужителей, в частности в Киевской духовной семинарии.

В XVII-XVIII вв., с общим развитием культуры и науки, широкое распространение получила и риторика. Одними из самых ярких представителей риторической традиции того времени стал Протопоп Аввакум (1612-1682 гг.). Аввакум был идеологом и вождем движения старообрядцев на Руси. О «слове» Аввакума мы узнаем из его произведения «Житие» и из переписки его с боярыней Морозовой.

Становление риторики как научной дисциплины не отделимо от имени М.В. Ломоносова – автора «Краткого руководства к красноречию» (1748 г.), дважды переиздававшегося при его жизни (1759, 1765 гг.). В этом труде представлен свод правил, которым предлагалось следовать в устных и письменных произведениях на государственные, общественные и религиозно-философские темы. Риторика Ломоносова сыграла положительную роль в дальнейшем развитии русского ораторского искусства. Ломоносов соединил риторику с русским языком, с русской традицией, сделал ее русской наукой. В последующий период так и не появилось труда, по научным достоинствам равного Ломоносовскому.

В конце XVIII – начале XIX веков сложилась риторическая школа российских академиков, а затем и университетская школа красноречия. Наиболее значительные риторики этого времени связаны с именами академиков М.М. Сперанского, А.С. Никольского, И.С. Рижского.

Риторика Сперанского была написана в 1792 г., а опубликована в 1844 г. под названием «Правила высшего красноречия». Книга посвящена искусству церковной проповеди. Выдающейся для своего времени следует признать риторику академика Рижского. Его «Опыт риторики» вышел свет в 1796 г. И переиздавал-

ся еще несколько раз. Особое место в этой книге занимали вопросы чистоты и правильности русской речи.

В истории развития русской риторики период первой половины XIX в. оказался наиболее продуктивным. Под влиянием реформы Н.М. Карамзина, ориентированной на сближение с европейской традицией, происходило становление новой стилистической концепции литературного языка. Это отразилось во взглядах на риторику в трудах Н.Ф. Кошанского, А.Ф. Мерзлякова, А.И. Галича, К. Зеленецкого и др. Именно на этот период приходится не менее 16-и руководств по риторике, и именно этот период называют «золотым веком русской риторики».

Особые импульсы развитию риторических идей в России были даны в 60-е гг. XIX века, когда проходило становление и формирование судебного красноречия, чему способствовала судебная реформа 1864 г. О теории русского судебного красноречия писали К. Арсеньев, А.Ф. Кони, Б. Глинский, П. Сергеич, Ф.Н. Плевако.

В первые годы советской власти наблюдался подъем и интерес к устному слову. В 1918 г. был даже создан Институт живого слова, однако он просуществовал недолго. Содержание и форма, необходимые риторике, подменялись революционной страстностью и убежденностью оратора.

Власти поддерживали лишь одно направление – мастерство агитатора и пропагандиста, его политический аспект.

В середине XX в. начинается ренессанс риторики, поднимается волна интереса к ней. Причины связаны с развитием самого человеческого общения. Для нашего времени характерно резкое расширение сфер общения людей, увеличение числа ситуаций, в которых необходимо вступать в общение и убеждать друг друга – не только в суде и на дворянских собраниях. Расширяется само значение устной речи, она начинает выполнять все более разнообразные функции, играет все более существенную роль в обществе, что приводит к необходимости искать особые приемы в общении, уделять больше внимания разговорной речи.

Можно говорить и о своеобразных социально-политических причинах, приведших к «возрождению» риторики. Дело в том, что люди «внизу» получили определенные права. Они перестали трепетать перед начальством, поскольку законы стали их защи-

щать; профсоюзы, политические партии, различные общества стали выступать в защиту людей; права человека становятся постепенно важнейшей стороной общественной жизни развитых государств. Люди стали «оговариваться» – XX в. стал «веком возражений». Людей нужно стало убеждать, причем всех (даже детей!). Убеждать необходимо в демократических государствах при выборах, в условиях политической жизни и борьбы – политикам надо учиться убеждать людей в своей правоте.

Есть и экономические причины, способствовавшие возрождению риторики: конкуренция, кризисы перепроизводства породили необходимость науки о рекламе, «навязывании» товара, «завоевании» покупателей. Именно коммивояжеры были первыми, кто на себе осознал необходимость науки убеждать. Кроме того, XX в. принес изменения в отношении к труду – люди начинают больше ценить интересную работу, что требует от менеджеров и руководителей умело организовать мотивацию подчиненных к труду: надо стимулировать их, мотивировать, убеждать. В современном западном менеджменте господствует мнение, что совершенствование техники перестает давать ожидаемый экономический эффект, больший эффект дает совершенствование управления производством (это называют «тихой управленческой революцией»).

Все сказанное и обусловило возрождение риторики как науки и практики убеждающего речевого воздействия. Риторика возрождается именно как наука о речевом воздействии – как публичном, так и межличностном.

В целом можно сделать вывод, что в настоящее время в мире наблюдается настоящий риторический бум – выходит множество книг по риторике, риторике начали широко обучать во всех странах.

Тема 2 КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ

Естественным способом существования человека является его связь с другими людьми, а сам человек становится человеком только в общении.

Наша жизнь наполнена общением. По мнению социологов, на общение в среднем у человека уходит до 70 % времени. Мы общаемся дома, на работе, в университете, клубе, кафе, транспорте, библиотеке, магазине. Мы общаемся с друзьями, с родственниками, знакомыми и незнакомыми, взрослыми и детьми. Мы общаемся лично, по телефону, Интернету. Мы общаемся устно и письменно. С нами пытаются общаться одновременно по всем телевизионным каналами, со всех радиостанций. Мы общаемся... Получается, что наша жизнь без общения немыслима.

Следовательно, роль общения в нашей жизни, и в общественной, и в профессиональной, и в частной – огромна.

Потребность в общении, как считают психологи, относится к числу основных (базовых) потребностей человека. Общение – необходимое условие нормального развития человека как члена общества и как личности, условие его духовного и физического здоровья.

Обычно под словом «общение» мы понимаем только некую дружескую связь, приятное времяпрепровождение, скорее – отдых между делами. Но это слово имеет и другие значения.

Общение – это реальная деятельность, которая требует сознательного целеполагания, выбора оптимальных средств для достижения поставленных целей, постоянного слежения за действиями партнёров и внесения каждым необходимых коррективов в собственное поведение и, конечно же, ответственности за результат этой деятельности.

Почему и для чего люди вступают в общение?

1. Вспомогательный компонент совместной предметной деятельности (например, ремонт машины или уборка);
2. Самовыражение;
3. Передача конкретных способов деятельности, оценочных критериев и программ.

Различают два вида общения: вербальное и невербальное.

Вербальное общение осуществляется с помощью слов (от лат. *verbalis* – словесный). При невербальном общении средством передачи информации являются невербальные (несловесные) знаки (позы, жесты, мимика, интонация, взгляды и т.д.).

Также в зависимости от используемой техники общения и его целей можно выделить следующие виды:

1. «Контакт масок» – формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учесть особенности личности собеседника. Этот процесс общения получил своё название потому, что в процессе общения используются привычные *маски* вежливости, строгости, безразличия, участливости и т.д., то есть набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть отношение к собеседнику. В некоторых ситуациях контакт масок необходим для того, чтобы не вступать в личный контакт;

2. Формально-ролевое общение, в котором регламентированы и содержание, и средства общения социальными ролями партнёров по общению: врач и пациент, полицейский и нарушитель правил дорожного движения и т.д.;

3. Светское общение, определяемое формальной вежливостью. Его особенность состоит в том, что люди фактически не общаются, говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях. Их точки зрения на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций. Светское общение носит ритуализированный характер;

4. Манипулятивное общение, направленное на получение односторонней выгоды от собеседования с использованием манипулятивной техники воздействия на партнёра по общению (лесть, обман, демонстрация силы, демонстрация слабости, демонстрация доброты, «пускание пыли в глаза», запугивание и т.п.) в зависимости от особенностей личности собеседника;

5. Духовное межличностное общение между людьми, при котором раскрываются глубинные структуры личности. Духовное общение характеризуется взаимопониманием между людьми, а в его основе лежит доверие к личности собеседника;

6. Деловое общение, направленное на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата.

Общение многогранно и может выполнять разнообразные функции. Основными являются:

- коммуникативная (состоит в обмене необходимой информацией);
- интерактивная (функция организации взаимодействия, т.е. определение вида деятельности, распределение обязанностей и контроль за их выполнением, влияние на настроение, поведение, убеждение партнера по общению);
- перцептивная (установление взаимопонимания в процессе деятельности).

Компонентами общения являются: 1) его участники; 2) предмет общения и 3) средства общения (словесные и несловесные). Особенности поведения людей, применение ими методов и приемов, использование разнообразных вербальных и невербальных средств определяются видом общения.

В лингвистике и психологии существуют разные классификации видов общения.

В основу классификации кладут:

- вид деятельности человека (общение деловое и бытовое);
- положение коммуникантов в пространстве (общение контактное и дистантное);
- наличие или отсутствие опосредующего аппарата (общение непосредственное и опосредованное);
- используемая форма языка (общение устное и письменное);
- постоянство или изменчивость позиций «я говорящий» — «ты слушающий» (общение диалогическое и монологическое);
- количество коммуникантов (общение межличностное и массовое);
- степень общности (общение манипулятивное, примитивное, формально-ролевое, светское, деловое, духовное).

Одним из основных принципов современной жизни является поддержание нормальных отношений между людьми и стремление избежать конфликтов. Уважение и внимание можно заслужить при соблюдении определённых этических правил общения, вытекающих, прежде всего из хороших манер человека, которые высоко ценились и ценятся в обществе. К ним можно отнести умение контролировать свои поступки, внимательно относиться к

окружающим, сдержанность в общении, деликатность, вежливость, тактичность, скромность.

Манеры относятся к культуре поведения человека и регулируются этикетом. Этикет подразумевает благожелательное и уважительное отношение ко всем людям независимо от их должности и общественного положения. Он включает в себя учтивое обращение с женщиной, почтительное отношение к старшим, формы обращения и приветствия, правила ведения разговора, поведение за столом и т.д. В целом этикет в цивилизованном обществе совпадает с общими требованиями вежливости, в основе которых лежат принципы гуманизма.

1. Деликатность. Это обязательное условие общения. Она не должна быть излишней, навязчивой, превращаться в лесть, неоправданное восхваление личности.

Не следует усиленно скрывать, что вы впервые видите что-то, слушаете, боясь, что в противном случае вас сочтут невеждой. При этом в подобной ситуации с другим человеком, чтобы не ставить его в неловкое положение, не следует акцентировать внимание окружающих на некоторой некомпетенции партнёра, указывать на его недочёты, личностные характеристики и т.д.

Например, когда ваш партнёр утверждает что-либо явно ошибочное, надо отказать себе в удовольствии немедленно его уличить. Необходимо начать свой ответ с замечания, что в определённых условиях и при известных обстоятельствах его мнение было бы правильным, но в данном случае дело обстоит иначе.

Манера выражать своё мнение как можно деликатнее всегда вызывает меньше возражений. Если выяснится, что вы ошиблись, это доставит вам значительно меньшее огорчение. Если окажется, что вы правы, то вам будет значительно легче убедить партнёра присоединиться к вашей точке зрения.

Таким образом, деликатность в общении помогает найти конструктивное решение проблемы с большей эффективностью и меньшими нервными затратами.

2. Вежливость. Должна быть, прежде всего, доброжелательной, так как она – одно из проявлений искренней, бескорыстной благожелательности по отношению к другим людям, с которыми человеку приходится общаться. Подлинная культура поведения

выражается во всех ситуациях и соответствует нравственным принципам морали.

Одним из главных элементов вежливости считают умение запоминать имена. Вот как об этом говорит Д. Карнеги: «Большинство людей не запоминают имён по той причине, что не хотят тратить время и энергию на то, чтобы сосредоточиться, затвердить, неизгладимо запечатлеть эти имена в своей памяти. Они оправдывают это тем, что слишком заняты. Однако они вряд ли больше заняты, чем Франклин Рузвельт, а он находил время для того, чтобы запомнить и при случае воскресить в памяти даже имена механиков, с которыми ему приходилось соприкасаться... Ф. Рузвельт знал, что один из самых простых, самых доходчивых и самых действенных способов завоевать расположение окружающих – это запомнить их имена и внушить им осознание собственной значимости».

3. Тактичность и чуткость. Эти качества проявляются во внимании, глубоком уважении к внутреннему миру тех, с кем происходит общение, желание и умение их понять, почувствовать, что может доставить им удовольствие или, наоборот, вызвать у них раздражение.

Под тактичностью и чуткостью понимается также чувство меры, которое следует соблюдать в общении, а также умение чувствовать границу, за которой в результате высказываний и поступков у человека возникает чувство незаслуженной обиды и огорчения. Тактичный человек всегда учитывает конкретные обстоятельства: разницу возраста, пола, общественного положения, место разговора, наличие или отсутствие посторонних.

Тактичность и чуткость в равной степени обязательны и со стороны подчинённого по отношению к руководству. Они выражаются в честном отношении к своим обязанностям, в строгой дисциплинированности, в уважении не только руководителя, но также и своих коллег по совместной трудовой деятельности. Требуя уважительного отношения к себе, задавайтесь почаще вопросом: отвечаете ли вы им самим тем же.

Тактичность и чуткость подразумевают также способность быстро определять реакцию собеседника на высказывание, поступки и в нужных случаях самокритично извиниться за допущенную ошибку.

4. Скромность. Проявляется в отказе от особых привилегий, удобств, услуг. Скромный человек не стремится показать себя лучше, способнее, умнее других, не подчёркивает своё превосходство.

При этом не следует путать скромность с робостью или с застенчивостью. Это совершенно различные качества. Очень часто скромные люди оказываются намного твёрже и активнее в критических обстоятельствах.

Д. Карнеги пишет: «Вы можете дать понять человеку, что он не прав взглядом, интонацией или жестом не менее красноречиво, чем словами, но если вы говорите ему, что он не прав, то заставите ли вы его тем самым согласиться с вами? Никогда! Ибо вы нанесли прямой удар по его интеллекту, его здравому смыслу, его самолюбию и чувству собственного достоинства. Это вызовет у него лишь желание нанести ответный удар, но отнюдь не изменить своё мнение».

Дурными манерами в общении принято считать:

- привычку громко говорить;
- не стесняться в выражениях;
- развязность в жестикуляции и поведении;
- неряшливость в одежде;
- грубость, проявление откровенной недоброжелательности;
- пренебрежение чужими интересами;
- беззастенчивое навязывание другим людям своей воли и желаний;
- неумение сдерживать своё раздражение;
- намеренное оскорбление достоинства других людей;
- сквернословие, употребление унижительных кличек, прозвищ и т.д.

Но что означает уметь общаться? Это значит уметь разбираться в людях и на этой основе строить свои взаимоотношения с ними, что предполагает знание психологии общения. В процессе общения люди воспринимают друг друга, обмениваются информацией и взаимодействуют.

Когда человек говорит, он бессознательно, «автоматически», сообщает окружающим о себе некоторую информацию. Такая информация называется языковым паспортом личности. По

языковому паспорту можно судить и об уровне общей культуры человека, и об уровне его воспитанности. Свой языковой паспорт человек предъявляет всем окружающим, как только он начинает говорить. Поэтому необходимо, чтобы языковой паспорт был благоприятным. Если мы соблюдаем правила речевого этикета – наш языковой паспорт благоприятный, мы производим положительное впечатление на людей, с нами хотят общаться, готовы помочь, выполнить просьбу. На самом деле: кто же захочет вступать в общение с грубияном, помогать хаму, невоспитанному человеку, говорящему всем «ты», использующему грубые повелительные интонации и т.д.? Следить за своим языковым паспортом – трудная задача, но каждый человек должен помнить о важности этой задачи и работать над своим языковым паспортом, придавая ему положительные черты.

Таким образом, чтобы правильно и эффективно общаться, избегать коммуникативных неудач, производить благоприятное впечатление на окружающих, человек должен владеть культурой общения, а особенно – культурой речевого общения, или культурой речи, являющейся неотъемлемой частью культуры общения. Каждый человек должен специально обучаться культуре общения и культуре речи.

Овладение искусством общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься.

Люди в процессе выполнения профессиональной деятельности обязаны что-либо обсуждать, выслушивать, записывать, составлять документы, задавать вопросы и отвечать на них. Часто обнаруживается неумение говорить по телефону. Правильно говорить умеют лишь немногие, хотя по подсчетам специалистов на телефонные переговоры тратится 35 % рабочего времени. Деловой разговор должен длиться не более трех минут, текст инициатора разговора должен быть тщательно подготовлен, информативен, логичен, произнесен в дружелюбном тоне, с соблюдением среднего темпа речи и средней громкости голоса, с намеренно четким произношением дат, чисел и имен, без повторов и длиннот. От того, насколько умело осуществляется речевая деятельность, зависит успех любой профессиональной деятельности. Деловые переговоры будут неэффективны, а личное бытовое об-

щение тягостным, если, нарушая элементарные правила общения, участники коммуникации перебивают собеседника, проявляют нежелание считаться с его мнением, равнодушны, невнимательны к его проблемам, многословны и говорят не по существу.

Существуют сферы жизнедеятельности «с повышенной речевой ответственностью», такие как журналистика, юриспруденция, менеджмент, гомилетика (искусство проповеди), преподавание и др.

Невербальные средства общения.

Эффективность общения определяется также умением правильно оценить невербальное поведение участников общения. К невербальным средствам общения относят:

- визуальные средства, т.е. воспринимаемые при помощи зрения. В устном общении человек визуально оценивает физический облик собеседника; его одежду как способ оформления внешности; мимику, жесты, позы, движения, направленность взгляда; важно взаиморасположение коммуникантов в пространстве. В письменной речи имеет значение применение графических материалов, выделений, шрифтов, значков. Все это сигнализирует о намерениях собеседника, помогает скорректировать получаемую при помощи слов информацию, поэтому надо учиться понимать этот язык;

- акустические средства, т.е. воспринимаемые на слух: голосовые параметры (темп, тембр, ритм, мелодика, интонация и др.);

- тактильные средства, т.е. воспринимаемые осязанием. Речь идет о прикосновениях: некоторые жесты, рукопожатия, объятия, поцелуи.

Невербальные средства обеспечивают эффективность общения. Если между двумя источниками информации (вербальным и невербальным) возникает противоречие (говорит человек одно, а на лице у него написано совсем другое), то, очевидно, большего доверия заслуживает невербальная информация.

Австралийский специалист А. Пиз утверждает, что слова передают 7 % информации, звуковые средства – 38 %, мимика, жесты, позы – 55 %. Иными словами, важно не только что говорится, но и как это делается. Учиться пользоваться невербальными средствами общения необходимо.

Например, знаменитый адвокат А.Ф. Кони отмечал, что не все жесты производят благоприятное впечатление. Следует отказаться от резких, суетливых и однообразных движений.

Существует несколько видов жестов, а именно:

- ритмические жесты – движения в такт речи, они подчеркивают логическое ударение, ускорение и замедление речи, место пауз;

- эмоциональные жесты передают разнообразные оттенки чувств, некоторые из них закреплены в устойчивых сочетаниях: бить себя в грудь, стукнуть кулаком по столу, хлопнуть себя по лбу, повернуться спиной, пожать плечами, развести руками, указать на дверь;

- указательные жесты служат для выделения предмета из ряда однородных. Указать можно взглядом, кивком головы, рукой, пальцем (указательным или большим), ногой, поворотом тела. Какими, например, жестами вы сопроводите фразы: «Открой то окно»; «Эту книгу не бери, возьми вон ту»; «Он стоит далеко позади меня, вон там?» Бывают случаи, когда один и тот же жест расшифровывается по-разному в зависимости от ситуации. Например, идет лекция, один из слушателей, поймав взгляд другого, показывает пальцем место на руке, где носят часы. Ясно, что он хочет узнать, который час. Ассистент лектора делает ему тот же знак, но жест уже равнозначен словам «время истекло, пора заканчивать лекцию». Наконец, некоторые указательные жесты имеют условный характер. Так, если говорящий касается своей груди слева, говоря: «У него тут ничего нет», то понятно, что речь идет о бессердечном, бесчувственном человеке;

- изобразительные жесты – это очевидно по названию – изображают предмет. На вопрос «Что такое винтовая лестница?» ожидаем увидеть вращательное движение правой рукой по вертикали; при ответе на вопрос «Что такое рябь на воде?» – предполагаем увидеть волнообразное движение рукой по горизонтали;

- символические жесты – это условные жесты:

- приветствия и прощания (помахать рукой, поклониться);

- категоричности (сабельная отмашка кистью правой руки): «Никогда не соглашусь»; «Никто не знал»; «Нигде не найдете»; «Совершенно ясно»; «Абсолютно не об этом»;

– интенсивности (рука сжимается в кулак): «Он такой упорный»; «В ней чувствуется такая собранность, активность»; «Честолюбив он страшно»;

– отказа, отрицания (отталкивающие движения рукой или двумя руками ладонями вперед): «Нет, нет! Не надо, прошу вас!»;

– противопоставления (кисть руки выполняет движение в воздухе «там» и «здесь»): «Пришли и молодые и старые»; «Одно окно на север, другое на юг»; «Годятся скамейки и большие, и маленькие»;

– разъединения (ладони раскрываются, «разъезжаются» в разные стороны): «Это совершенно разные приемы»; «Это надо различать»; «Братья разъехались»;

– объединения (пальцы соединяются в щепоть или соединяются ладони рук): «Они хорошо сработались»; «А если вместе это положить?»; «Давайте соединим усилия»; «Только объединившись, можно победить».

Не следует забывать о том, что жесты отличаются национальным своеобразием. Классический пример: русские в знак согласия покачивают головой вперед-назад, а болгары – влево-вправо. В Австралии, Новой Зеландии, Великобритании два разведенных пальца (указательный и средний) с ладонью, повернутой от себя, служат знаком победы. Но если ладонь повернуть к себе, то жест равнозначен выражению «иди ты подальше». Жители Европы воспринимают этот жест, независимо от того, в какую сторону повернута ладонь, как знак победы. Кроме того, во многих странах этот жест означает цифру 2.

Таким образом, общение представляет собой сложный многосторонний процесс, эффективность которого обеспечивается умением сторон предвидеть и преодолевать барьеры непонимания, прогнозировать поведение партнёров. Человеческое общение многообразно и зависит от целей, которые преследуют общающиеся личности, уровня, формы и вида общения, позиции партнёров и тактики взаимодействия.

Тема 3 ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В СФЕРЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Речевая культура как основа формирования делового имиджа

Чтобы преуспеть в воздействии на людей в деловом общении, необходимо использовать такой сильнодействующий стимулятор формирования имиджа, как речь. Основы описания речевого имиджа дал Аристотель, который говорил, что речь складывается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается. Выделенные Аристотелем элементы вербального имиджа можно найти в любом описании структуры речевого общения. Чем совершеннее человек овладеет речевой культурой, тем привлекательнее будет его вербальный имидж. Деловым языком называют исторически сложившуюся форму национального языка, обладающую определенным лексическим (словарным) фондом, упорядоченной грамматической структурой и развитым стилем.

Деловому языку присущи особые свойства:

во-первых, наличие определенных норм, правил употребления, ударения, произношения;

во-вторых, стремление к устойчивости, сохранению общекультурного наследия и исторических традиций;

в-третьих, стилистическое богатство, заключающееся в обилии функционально оправданных вариантных средств, что позволяет достигать эффективного выражения мысли в различных вербальных ситуациях.

Аристотель еще более резко выразился по поводу ненормированной речи, говоря, что из привычек так или иначе сквернословить развивается и склонность к совершению дурных поступков. Те, кто использует сленг, арго, жаргон, не способны привлекать, очаровывать людей. Они формируют негативный вербальный имидж. Основные свойства современного делового языка появились не сразу, а в результате длительного отбора точных и весомых слов и словосочетаний, наиболее удобных и целесообразных образцов речи. Деловой язык соответствует норме и представляет идеальную модель вербального общения, отвечает общим его принципам. Цель вербального имиджа – поддержать

единство функциональных образований, возникающих в процессе делового общения, расположить людей в свою пользу, побудить их к большей душевной щедрости. Для имиджа делового человека значение имеет развитие способности к красноречию, употреблению нормированной речи. Норма – это не только социально одобряемое правило, но и правило, закрепленное реальной речевой практикой, правило, отражающее закономерности языковой системы, которое подтверждается словоупотреблением ученых, писателей, образованной части общества. Простота и скромность – вот черты истинно культурной речи, составляющей основу вербального имиджа. При формировании речевого имиджа, развитии ораторского искусства необходимо уметь создавать ситуации в деловом общении, способствующие свободным высказываниям, дискуссиям.

Искусство говорящего состоит не только в том, что необходимо выбрать нужное слово, но и в том, чтобы не сказать то, что не нужно. Умение говорить доброжелательно и красиво обладает притягательной силой и создает условия для возникновения взаимоотношений с людьми, основанных на взаимной симпатии, необходимой для благоприятной психологической атмосферы в коллективе.

Немаловажное значение в речевом имидже имеет выбор модальности (т.е. отношения к тому, что говорится, а также отношения к самому говорящему, к содержанию высказывания). Модальность может иметь значение утверждения, приказания, пожелания и т.д. Она выражается специальными формами наклонений, интонаций, модальными словами (например, «возможно», «необходимо», «должен»). С помощью этих слов указывается способ понимания высказываний. Стандартная, железная модальность не присуща человеку высокой культуры. Формы выражения мысли могут быть такими: *«позволю себе заметить»*, *«не вполне убежден»*, *«скорее всего, вы не совсем правы»*. Таким образом, предоставляется право собеседнику высказать свое мнение, оставляя тылы для себя, когда можно принять и точку зрения собеседника. Например: *«не будете ли вы так любезны»*, *«было бы совсем недурно пойти...»* и т.д. Вместе с тем риторика строится на технологии ораторского искусства, овладении мастерством речевого общения.

Риторика учит говорить красиво. Нередко бывает так, что человек судит разумно, но внятно изложить свои мысли не может. В настоящее время это одна из проблем человеческого общения. Красноречие украшает личность человека, эффективно служит имиджу. Главное, в речевом общении следует знать, **что** сказать, **где** сказать и **как** сказать. Оратором можно и не быть, но в деловом общении иметь привлекательный вербальный имидж должен каждый. Важно постоянно следить, чтобы разговор с собеседником был содержательным. Вместе с тем не следует завладеть разговором, как вотчиной, из которой имеешь право выжить другого, говорили в древности, напротив, следует стараться, чтобы каждый имел свой черед в разговоре, как и во всем остальном. Нередко в вербальном общении наблюдаются случаи, когда человек много знает, эрудирован, но не умеет общаться, быть приятным собеседником. Еще сложнее иметь дело с человеком общительным, но склонным к насмешливости, забавляющимся злыми розыгрышами, не заботясь о дурных последствиях для своего собеседника. Вербальный имидж такого человека вряд ли можно назвать притягательным.

Гармонию во взаимоотношениях создает диалог. Специалисты в области психологии выделяют десять правил оптимального речевого общения, способствующего легкому и красивому выражению мыслей, непринужденному и гармоничному ведению диалога:

1. Изъясняться правильным языком, соответствующим общепринятым языковым нормам;
2. Принимать во внимание сферы общения (коллеги, конференция, телестудия и т.д.). Недопустимо в разных сферах говорить одним стилем. Избегать однообразия в речи;
3. Не быть многословным. Конкретно формулировать свои предложения, делая доступной для всех их конструктивность, новизну;
4. Изъясняться понятным, красочным языком. Ясность – главное достоинство речи, по Аристотелю;
5. Уметь выслушать оппонента. Менеджер, не способный слушать других, ограничен в своих возможностях эффективно работать над собственным речевым имиджем;
6. Доказательно и четко выражать свои мысли;
7. Быть сдержанным в жестах;
8. Уважать мнение оппонента, присоединяясь к мнению других.

9. Удерживать внимание слушателя, не злоупотреблять паузами в речи;

10. Использовать эмоциональные средства воздействия.

К деловому разговору предъявляются требования правильности, точности, краткости и доступности речи. Рассмотрим каждое из них в отдельности.

Первое и непереносимое требование к деловому разговору – правильность речи говорящих, хотя нормы устной деловой речи не так строги, как у её письменной. Чтобы речь была правильной, слова следует употреблять в строгом соответствии с их значением. Для правильного употребления слов в речи недостаточно знать их точное значение, необходимо ещё учитывать лексическую сочетаемость слов, то есть их способность соединяться друг с другом. Нельзя просторечные слова соединять с книжными или сочетать высокие, торжественные обороты с обычными, нейтральными.

Второе правило – точность и ясность речи. Под точностью деловой речи понимается соответствие высказываний мыслям говорящего. Чтобы речь делового человека была точной, нужно употреблять слова в соответствии с теми значениями, которые за ними закреплены. Привычка щеголять мудрёной книжной лексикой мешает говорить просто и понятно, или злоупотребление иностранными словами. В деловой речи часто встречаются слова, не ставшие общеупотребительными, но активно используемые в деловой сфере. Это так называемые профессионализмы, которые служат для обозначения различных производственных процессов, орудий производства, сырья, получаемой продукции и т.д. В отличие от терминов, представляющих собой официальные научные наименования специальных понятий, профессионализмы воспринимаются как «полуофициальные» слова, не имеющие строго научного характера. Преимущество профессионализмов перед их общеупотребительными эквивалентами в том, что они служат для разграничения близких понятий, которые для неспециалиста имеют одно общее название. Благодаря этому для людей одной профессии специальная лексика является средством точного и лаконичного выражения мысли. Однако информационная ценность профессионализмов утрачивается, если с ними сталкивается неспециалист. Поэтому использование профессио-

нализмов в речи бизнесменов нежелательно, и его следует отнести к недостаткам словоупотребления. К явным недостаткам деловой речи относится использование в ней слов-паразитов: «так», «так сказать», «понимаете», «значит», «вот», «это самое» и др. Такие слова не украшают деловую речь, а только вызывают раздражение слушателей. Практически они бесполезны. Слова-паразиты – это такая же проблема, как и проблема правильного выбора слов. Они делают речь водянистой, отбирают у нее силу и эмоциональность. Как правило, эти слова доказывают: вы не уверены в том, что говорите. Однако многие так привыкли к ним, что заполняют ими все паузы в речи. Паузы между предложениями, группами слов, выражающими законченную мысль, должны быть. Нет необходимости заполнять их чем-либо. Кроме того, непрерывно произнося какие-либо звуки, вы лишаете себя тех ничем не занятых мгновений, во время которых можно спокойно подумать о том, что сказать собеседнику.

Использование штампов и канцеляризов в деловой речи вполне закономерно, однако это совершенно не означает, что ими можно злоупотреблять. Между тем речь многих бизнесменов часто страдает от обилия именно таких слов и словосочетаний, которые придают ей бездушно-казенный характер и без нужды усложняют. Некоторая доля ошибок, связанных с неточностью речи, возникает от того, что многие отечественные бизнесмены не имеют должного образования и слабо разбираются в специальной терминологии. Поэтому они часто заменяют непонятное им слово знакомым или близким по звучанию. Снижает точность сообщаемой информации проникновение в речь деловых людей просторечных и жаргонных слов профессионального обихода, которые употребляются вместо соответствующих терминов.

Третье правило – краткость. Это означает, что говорящий не злоупотребляет временем и терпением слушателя, избегая ненужных повторов, излишней детализации и словесного мусора.

Четвёртое правило – следует максимально заботиться о доступности речи, особенно в деловом разговоре, когда требуется излагать свои мысли как можно проще и доходчивее.

Речевые ошибки и пути их преодоления

Речевые штампы, канцеляризмы, ошибки в ударении и произношении, многословие, демагогия, тавтология, фразеологиче-

ские повторы, интонационное однообразие – вот далеко не полный перечень ошибок, которые в изобилии встречаются в публичных выступлениях современных деловых людей.

Речевые штампы – это лексически неполноценные слова и выражения, их справедливо называют «затасканные, избитые выражения», которые основательно перегружают речь и мало добавляют смысла.

Канцеляризмы – речевые обороты и отдельные слова, заимствованные из канцелярско-бюрократического стиля общения, которые лишают настоящее деловое общение его яркости и разнообразия.

Вульгаризмы – нелитературные и неправильные по грамматической форме слова и выражения, также имеющие мало общего с речевой культурой.

Жаргонизмы – слова и обороты, заимствованные из языка уголовного мира.

Многословие и демагогия – типичное неумение сформулировать свои мысли лаконично, кратко и ясно; отступление от предмета речи, замена точных и ясных формулировок общими фразами.

Слова-паразиты – типичная болезнь многих людей: «ну вот», «в самом деле».

Орфоэпия – несоблюдение правильного произношения вследствие неверной расстановки ударения в отдельных словах.

Вычурность и манерность языка вызывают иронию, раздражают и, естественно, отрицательно влияют на контакт с аудиторией.

Наиболее действенные приёмы в преодолении вышеназванных недостатков речевого общения – это систематический самоанализ и самоконтроль за речью; постоянная работа над содержанием речи.

Техника речи в деловом разговоре

Для делового разговора большое значение имеет техника речи, составными частями которой является постановка речевого дыхания, дикция и орфоэпия (правильное литературное произношение). Суть техники речи – в координации дыхания, голоса, артикуляции при соблюдении норм произношения. Всё это обеспечивает такие качества голоса, как звучность, темп, тембр, высота, чёткость дикции. Сила голоса говорящего имеет очень

большое значение для аудитории. Если он говорит чрезмерно громко, да ещё имеет крикливый голос, то это вызывает раздражение у слушающих, и эффект выступления существенно снижается. Если выступающий говорит тихо, его могут слышать только находящиеся рядом, а до остальных суть его речи не доходит, что также вызывает неудовольствие аудитории. Как тихая, так и громкая речь может быть монотонной, что быстро утомляет аудиторию, и она перестаёт слушать оратора. Чтобы избежать этого, во время выступления постепенно и плавно то повышайте, то понижайте голос, делайте его то громким, то тихим. Быть убедительным можно, говоря медленно и в низкой тональности. Но необходимо оставаться в рамках естественного диапазона своего голоса, иначе он будет казаться неискренним.

Чтобы добиться звучности голоса, необходимо правильно поставить дыхание. Это означает дышать глубоко, включая диафрагму в процесс вдоха и выдоха, контролировать своё дыхание, экономно распределяя выдох. Кроме чисто физиологических, есть и психические предпосылки полноты и звучности речи. Это уверенность в себе, душевный подъём, увлечённость предметом разговора. Чем лучше подготовлен оратор, чем большим количеством интересных фактов он располагает, тем увереннее себя чувствует и, как следствие, тем легче ему придать своему голосу звучность и выразительность.

Техника речи включает в себя и понятие «темпа речи», который характеризуется такими показателями, как быстрота речи, длительность звучания отдельных слов, интервалы и длительность пауз. Скорость речи весьма разнообразна и зависит от особенностей самого оратора и характера содержания его речи. Большинство ораторов произносит от 120 до 150 слов в минуту.

Торопливость речи, вызываемая робостью, – один из наиболее распространённых и серьёзных недостатков. Слишком быстрая речь является следствием полного безразличия оратора к аудитории. Хорошие ораторы никогда не говорят скороговоркой. Они дают слушателям время, чтобы вникнуть в наиболее содержательные места речи.

Вялая речь – порок флегматичных и ленивых людей. Такие ораторы долго раскачиваются, прежде чем вымолвят слово, а когда, наконец, добиваются до конца высказывания, слушатель уже

теряет способность следить за нитью их мысли. Наши чувства передаются в речи при помощи не только слов, но и интонации. Иногда именно в интонации кроется истинный смысл сказанного. Психологи насчитали больше 20-ти интонаций, выражающих чувства радости, удивления, страха, сомнения, негодования, восхищения, заботы и т.п. Оратор должен стремиться выразить голо- сом то чувство, которое соответствует содержанию его речи. Экспериментально доказано, что слушатели не усваивают до 30 % интересующей их информации, если интонация говорящего не соответствует содержанию его речи. Поэтому выступающий должен научиться сдерживать себя, владеть своими чувствами, думать в момент выступления только о нём и своих слушателях, а не о чём-либо другом.

В технике речи большое значение придаётся работе над дикцией. Многие ораторы говорят небрежно, неотчётливо, не разжи- мая зубов, неправильно артикулируя звуки, и в результате ауди- тория теряет интерес к выступлению, не в силах разобраться в нечленораздельном бормотании выступающего. Слова должны произноситься чётко и ясно, поскольку любое отклонение от норм произношения и ударения переключает внимание аудито- рии с существа речи на её форму, тем самым отвлекая от воспри- ятия смысла.

Хорошая техника речи предполагает умение «держат пау- зу». Пауза облегчает дыхание, дает возможность сообразить, к какой мысли следует перейти дальше. Она позволяет важным со- ображениям глубже проникнуть в сознание слушателя. Короткая пауза перед кульминационным моментом речи и после – один из способов выделить его. Пауза оттеняет наиболее существенные слова. Главная задача паузы – психологическая. Она нужна для того, чтобы собрать внимание аудитории и дать ей рассмотреть говорящего, обеспечив тем самым возможность подготовиться к восприятию его речи. Ему же пауза нужна для того, чтобы успо- коиться, снять излишнее волнение. Паузой можно заинтриговать слушателей, а ее отсутствием, внезапным началом речи ошело- мить их. В обоих случаях это психологический прием, цель кото- рого – привлечь внимание, вызвать интерес. Однако паузы в речи говорящего не всегда несут смысловую нагрузку. Чаще всего они

возникают при затруднении в поисках слова, которое наилучшим образом выразило бы мысль.

Речевой этикет: приветствие, представление

Соблюдение норм речевого этикета – необходимое условие ведения любого делового разговора. Его основу составляет вежливость, которая в обязательном порядке предполагает, прежде всего, приветствие. С древних времен люди, таким образом, оказывают друг другу почтение. Хотя общепринятым этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим. Мужчина должен рассматривать как знак особого уважения к нему, если женщина первой поприветствовала его. В момент приветствия во рту не должно быть сигареты, нельзя также держать руку в кармане. Женщины слегка наклоняют голову и отвечают на приветствие улыбкой, они могут не вынимать руки из карманов пальто, жакета. Обмениваться рукопожатиями при встрече мужчинам рекомендуется всегда, женщинам – по обоюдному согласию. Когда мужчину представляют женщине, руку первой предлагает женщина. Тот же приоритет принадлежит и более пожилым людям, и старшим по иерархии: старшая по возрасту женщина протягивает первой руку младшей, женщина – мужчине, руководитель–подчиненному. Женщине в знак приветствия никогда не целуют руку на улице, это делают только в помещении. Целуя руку женщине, не следует поднимать ее слишком высоко, старайтесь сами наклониться. При рукопожатии не нужно слишком крепко жать руку. Это правило особенно надо помнить мужчинам, когда онижимают руку женщине. Пожимая руку, мужчины обычно произносят краткое приветствие: *«Мое почтение...»*, *«Рад встретиться с вами (видеть вас)»*, *«Добрый день...»*. Если, войдя в комнату, где находятся несколько человек, вы хотите обменяться рукопожатием с одним из них, по этикету следует обязательно протянуть руку и всем остальным.

Существуют вполне определенные правила речевого этикета, которые касаются обращения к собеседнику. Обращение «вы» свидетельствует о культуре того, кто обращается, подчеркивает уважение к партнеру или коллеге. Хорошо воспитанный и корректный деловой человек всегда пользуется этой вежливой формой обращения, независимо от того, с кем он беседует: будь то

его непосредственный начальник или подчиненный, человек значительно старше его или моложе. Обращение на «ты» в деловой обстановке нежелательно. Оно допустимо лишь тогда, когда может быть взаимным либо обусловлено неформальными отношениями. К деловым партнерам, которые хорошо знакомы, а также к своим коллегам предпочтительно обращаться по имени-отчеству или по фамилии. Не следует злоупотреблять обращением только по имени, да еще на американский манер в сокращенном варианте. В нашей стране испокон веков принято уважительно называть людей по имени-отчеству, такова наша традиция. По имени можно обращаться к ближайшим коллегам, если они молоды и не возражают против такого обращения. К незнакомому человеку можно обратиться со словами *«гражданин»*, *«господин»*, *«сударь»* или *«сударыня»*, *«девушка»*, *«молодой человек»*. В сегодняшней России нет устоявшейся формы такого обращения. И надо признать, что некоторые из названных слов в конкретных случаях не совсем удачны. Потому мы часто обращаемся к незнакомому человеку безлично: *«Извините...»*, *«Позвольте...»* или *«Будьте так добры...»*.

Важным элементом вежливости в деловой жизни является представление, с помощью которого можно установить нужные и полезные связи. Этикетом предусмотрены определенные нормы, указывающие, когда и как необходимо представлять и быть представленным, и ими не следует пренебрегать. Прежде всего, принято представлять младшего по возрасту старшему, холостого – женатому, низшего по иерархии – высшему, мужчину – женщине, более молодую женщину – старшей и т. д. Момент представления имеет важное значение. При этом следует избегать вольностей, лучше употреблять простые фразы типа: *«Это Иван, мой коллега»*, *«Представляю вам Анну»* и т. п. Когда мужчину представляют женщине, он встает и слегка кланяется, сидящая женщина в таких случаях не встает. Представляя ближайшего родственника, говорят: *«Мой отец»*, *«Мой брат Петр»*, опуская фамилию. Если возникла необходимость быть представленным, а вокруг нет никого, кто мог бы вам в этом помочь, то следует просто подать руку и четко назвать себя.

На практике часто случается, что руководитель, чтобы подчеркнуть свою занятость, упирает взгляд в бумаги и не поднима-

ет головы при появлении посетителя. Тот уже вошел и поздоровался, а начальник все еще не отрывается от бумаг. Надо ли говорить, что такого рода ситуация демонстрирует неуважение к человеку? Как бы руководитель ни был занят, он, во всяком случае, должен извиниться за задержку разговора и как можно быстрее закончить дело, отвлекающее его от беседы с вошедшим.

Специфика делового разговора. Основные ошибки

Деловой разговор – это понимаемый в самом широком смысле устный речевой контакт между людьми, связанными интересами дела, которые имеют необходимые полномочия для установления деловых отношений и решения деловых проблем. Между тем, такая речь имеет свою лексико-грамматическую и стилистическую специфику, которая проявляется в том, что ее сугубо деловой и конкретный характер препятствует проникновению грамматико-стилистических средств художественной литературы, зато влияние разговорно-бытового и официально-делового стилей проявляется здесь наиболее ярко. Именно эти особенности в значительной степени определяют организацию речевого материала делового разговора и его языковую специфику.

Деловой разговор – это в первую очередь устная деловая речь, которая имеет существенные отличия от ее письменной формы. Прежде всего, деловой разговор представляет собой непосредственное общение, которое предполагает конкретного собеседника (или собеседников), что дает возможность непосредственно воздействовать на него (или на них) – использовать мимику, жесты, интонацию и другую технику общения. Непосредственное общение исключает возможность предварительного обдумывания, а потому деловой разговор проходит в непринужденной форме общения, а также с некоторыми грамматическими и стилистическими особенностями. Так, для этой разновидности деловой речи характерно определенное отступление от обычных морфологических норм общелитературного языка, которые в деловом общении нередко рассматриваются как излишество, не позволяющее точно и кратко передать смысл высказывания. Разговорная речь деловых людей складывается из общих, присущих и письменной деловой речи, грамматико-стилистических явлений. Специфика языка устной деловой речи проявляется лишь в том, что отдельные лексические образования и синтаксические конст-

рукции встречаются в ней несколько чаще, чем в ее письменной форме. Как уже отмечалось, разговорная деловая речь имеет несколько упрощенный характер. Между тем это вовсе не значит, что слова, обозначающие абстрактные понятия, здесь неуместны. Однако по сравнению с письменной деловой речью их здесь значительно меньше.

Синтаксис делового разговора всецело отвечает условиям непринужденности и непосредственности речевого общения. Обилие готовых застывших конструкций и, прежде всего, речевых штампов помогает конкретнее, лаконичнее и понятнее выразить мысль. Отсюда установка на стандартизацию делового языка при отображении типовых ситуаций делового общения и сужение диапазона используемых речевых средств. Такая установка существенно облегчает ведение делового разговора. Действительно, если располагать набором готовых и уже проверенных многолетней практикой делового общения стандартных фраз-клише, по аналогии с которыми можно сформулировать нужную мысль, то выразить ее особых трудностей не составит. Употребление сложных предложений – отличительная черта письменной деловой речи. В разговорной речи деловых людей в основном используются простые предложения, причем очень часто – неполные (отсутствие тех или иных слов восполняется мимикой, жестами). Отсутствие союзов в такой речи компенсируется интонацией, приобретающей решающее значение для выражения различных смысловых оттенков. В деловой речи используется большое количество выдержек из технической документации, технических условий, стандартов и других документов.

Тема 4 ЭТИКЕТ И ИМИДЖ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Важнейшим элементом профессиональной деятельности делового человека является соблюдение делового этикета. Успех в финансовых делах на 85 % зависит от умения произвести благоприятное впечатление на людей, которое проявляется во внешнем виде, манере говорить, умении вести себя за столом, корректном поведении по отношению к коллегам, подчинённым, друзьям, партнёрам по бизнесу.

Зарождение этикета в его современном понимании исторически связано с появлением абсолютных монархий, когда соблюдение определённых правил поведения было необходимо для укрепления авторитета правителя и усиления социальной иерархии. Зачатки этикета существовали в Древнем Египте, Китае, Древнем Риме, Золотой Орде. От соблюдения правил этикета зависела и жизнь, и карьера человека. Несоблюдение правил этикета приводило к вражде и войнам между племенами и народами.

«Классическими странами этикета» принято считать Англию и Францию. Однако в XV в. эти страны отличались грубостью нравов и невежеством. Исключением была Италия: облагораживание нравов итальянского общества началось уже в XIV в. Италия отличалась высокой степенью образованности, богатством, способностью украшать свою жизнь, в то время как Англия, втягиваясь из одной войны в другую, оставалась до середины XVI в. страной варваров, в Чехии свирепствовали гуситские войны, дворяне оставались невежественными, господствовало кулачное право, а во Франции, опустошённой войной с Англией, признавались только воинские заслуги. Таким образом, Италия заслуживает звания «родины этикета».

В России особое внимание этикету стало уделяться в начале XVIII в., когда на русскую почву переносились одежда, манеры и внешне формы поведения европейского образца. За соблюдением этих правил боярами и дворянским сословием постоянно и настойчиво следил Пётр I, нарушение правил жестоко каралось. В дальнейшем в царствование Елизаветы и Екатерины II отбирались правила этикета, отвечающие требованиям и особенностям национальной культуры России, которая объединила в себе противоположные черты Европы и Азии.

Основу этикета составляют следующие принципы:

1. Поступай по отношению к другим так, как ты хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе;
2. Приоритет старшего по возрасту и статусу;
3. Приоритет женщины;
4. Принцип гигиены;
5. Эстетический принцип.

Общие принципы этикета конкретизируются и дополняются основными требованиями, к которым относятся:

- вежливость, проявляющаяся в доброжелательности, отзывчивости. Внешнее проявление вежливости – слова благодарности за доброе дело и извинения за доставленные неудобства. Деловая вежливость отличается большей официальностью, не приемлет эмоциональных заверений в расположенности собеседников друг к другу, длительных благодарностей и извинений за отнятое у человека время. Вежливость предполагает предупредительность, то есть готовность всегда оказать услугу;

- корректность – умение держать себя в рамках общепринятых приличий;

- тактичность и деликатность – это чувство меры, которое необходимо соблюдать в разговоре, личных служебных отношениях, умение чувствовать границу, которую нельзя перейти во взаимоотношениях с людьми;

- скромность – это неприметность поведения человека, когда оно приспособлено к окружающим и ситуации, то есть является естественным поведением. Скромность свидетельствует об устойчивости личности, её богатом внутреннем мире, умении владеть собой при любых обстоятельствах, что оказывает положительное влияние на окружающих, располагает к себе, следовательно, способствует наиболее эффективному решению деловых вопросов;

- точность и обязательность – умение выполнить обещание, что-то сделать в срок. Точное соблюдение обязательств является основным качеством делового человека: прежде чем дать обещание, деловой человек должен взвесить свои возможности, определить меры своих сил и оценить степень своего участия в том или ином деле.

Правила делового этикета формировались с учётом двух аспектов: морально-этического и эстетического.

Морально-этический аспект делового этикета заключается в чёткой оценке поведения участников межличностных отношений и в наличии дополнительных критериев, позволяющих судить о том, что хорошо, а что плохо в деятельности деловых партнёров, сотрудников, руководителя, трудового коллектива, администрации предприятия. Уважая в себе личность, человек должен понимать, что каждый, с кем он вступает в общение, также рассчитывает на признание его личности и достоинства. В организациях, где деловые отношения строятся на основе взаимного уважения, взаимопомощи и внимания к личности каждого сотрудника, степень надёжности и гарантия успеха выше. Бизнесмены всего мира единодушны относительно трёх наиболее предпочитаемых качеств делового партнёра: компетентности, порядочности, надёжности.

Эстетический аспект делового этикета – это его внешнее проявление и выражается в предписаниях, как выбрать правильный вариант поведения в зависимости от социальной роли и ситуации, в которой находится человек; в красоте, порядке, благоустройстве, бытовой целесообразности.

Деловой этикет включает ряд правил, которые составляют основу кодекса поведения хорошо воспитанного человека в различных ситуациях и при взаимодействии людей в деловом общении.

1. Правила приветствия. Это залог успешного установления деловых отношений. С приветствия начинается любой разговор, и именно произнесённые при приветствии слова задают тон дальнейшему разговору. Слова часто сопровождаются действиями – рукопожатием, поклоном, снятием шляпы. При этом крайне важно выбрать вариант приветствия – что сказать, как сказать и как себя держать.

Существуют общепринятые *правила приветствия*:

- первым приветствует: мужчина – женщину, младший – старшего (по возрасту, рангу, должностному положению), входящий – присутствующих;

- кивнуть головой можно при встрече с малознакомым и малозначащим человеком, если не предполагается продолжать или укреплять знакомство или поддерживать общение в данный мо-

мент. Но кивок не должен выказывать пренебрежение и неуважительное отношение к человеку;

- увидев человека, которого надо поприветствовать, не следует пробираться к нему через всё помещение или сквозь толпу, расталкивая остальных;

- встретив знакомого на улице, нельзя задерживать его долго. Если есть необходимость поговорить, лучше договориться о встрече или телефонном звонке;

- при приветствии принято обмениваться рукопожатиями (чаще у мужчин). Руку пожимают, произнося слова приветствия или после них. Протягивая руку, следует слегка поклониться. Не красиво идти через всю комнату с протянутой для приветствия рукой.

Рукопожатие является традиционным и весьма древним символическим жестом. Смысл обычая подавать руку для приветствия состоит в том, чтобы показать, что в ней нет оружия и у нас нет враждебных намерений.

Обмениваются рукопожатием, как правило, мужчины. Не принять протянутую руку – значит нанести подавшему её тяжёлое оскорбление. Рукопожатие должно быть коротким, но не вялым. Если здороваются несколько человек, следует избегать перекрещивания рук при рукопожатии.

Нарушением этикета считается приветствие с обменом рукопожатиями через стол.

2. Правила представления. Представление, знакомство – это важный момент для установления деловых контактов. Допущенные ошибки могут затруднить дальнейшее сотрудничество. Существует определённый порядок представления:

- первым называют младшего (по возрасту или положению), представляя его более старшему;

- мужчину представляют женщине (кроме случаев, когда мужчина намного старше женщины);

- нового сотрудника представляют руководителю;

- одного человека представляют группе;

- в случаях, когда приходится представляться самому, необходимо соблюдать определённую дистанцию: извиниться, назвать себя, изложить причину, которая заставила обратиться к человеку, попросить уделить несколько минут;

- представление нового работника его коллегам входит в обязанности руководителя. При этом руководитель должен называть фамилию, имя, отчество, должность, титулы нового сотрудника, произнести несколько слов о его прежней работе и заслугах;

- представляемый никогда не протягивает руку первым, он ждёт, когда ему подаст руку тот, кому его представляют. Принято, чтобы люди, которых представляют, смотрели в глаза друг другу.

3. Правила обращения. Это важный этикетный момент в деловом общении. Они позволяют расположить к себе собеседника. В деловом общении используется официальное обращение:

- обращение на «вы». Обращение на «ты» в официальной обстановке, даже если вы хорошо знаете человека, является серьёзным нарушением этикета;

- к знакомым людям следует обращаться по имени-отчеству или фамилии.

Чётких и строгих правил разграничения обращения на «ты» и «вы» не существует. На Руси традиционным было обращение на «ты». Обращение на «вы» в русском языке появилось в XVIII в. при Петре I, когда в России вводились правила европейского этикета. Обращение во множественном числе к одному человеку имело особый смысл – «ты один стоишь многих», этим подчёркивалась особая вежливость по отношению друг к другу.

В большинстве случаев сотрудники в деловом общении обращаются друг к другу по имени-отчеству.

4. Правила денежных отношений.

- денежные обязательства должны исполняться в обговорённый срок;

- в случае, когда срок возврата денег специально не оговаривается и сумма не слишком велика, принято возвращать долг в течение месяца. В других случаях следует брать долговую расписку, в которой указывается размер занятой суммы, дата, сроки и условия её возвращения. Причём предложить расписку должен человек, берущий деньги в долг;

- если должник не спешит с возвращением суммы, вполне допустимо ему об этом напомнить.

5. Правила поведения на приёме у начальника. Посетители для многих руководителей представляют собой определённую проблему. На приём посетителей затрачивается намного больше времени, чем на любую другую деятельность (в среднем 3,5 часа в день). Поэтому поведение в приёмной и в кабинете руководителя должно выполняться по определённым правилам, что позволит эффективно использовать рабочее время начальника и повысить эффективность делового общения.

Если у руководителя есть секретарь, то именно он организует приём посетителей. Если нет приёмной и секретаря, то подчинённый должен постучаться, приоткрыть дверь и спросить разрешения войти. Не получив ответа, входить в кабинет нельзя. Если получено разрешение войти, сотрудник должен поздороваться, пройти до приставного стола и остановиться. Без разрешения или приглашения садиться не следует.

Если подчинённый был приглашён присесть за приставной стол, то это характеризует официальную форму общения. В этом случае время приёма, характер общения и его итоги определяет сам хозяин кабинета.

Если начальник принял принесённые бумаги и поблагодарил подчинённого, тот должен повернуться и выйти. Начальник не обязан приглашать присесть подчинённого и не обязан подавать руку своим подчинённым. Он может поприветствовать их кивком головы.

Если к начальнику пришли посетители, не являющиеся его подчинёнными, он должен встать, застегнуть пиджак, выйти навстречу вошедшим и поприветствовать их. Затем пригласить их сесть за приставной столик. Если пришла женщина, она сама выбирает место, даже если начальник указал на стул.

Если после приветствия руководитель сам садится за приставной стол напротив посетителя, то это означает полуофициальную форму общения. Она характеризуется равенством на порядок обмена информацией. Время встречи обусловлено взаимной договорённостью обеих сторон.

6. Правила деловой субординации.

- равноправное и выдержанное отношение ко всем сотрудникам независимо от личных симпатий и антипатий;
- корректность по отношению к сотрудникам;

- установление определённой дистанции между начальником и подчинённым;
- всякая критика со стороны руководителя должна быть справедливой, обоснованной, корректной по форме;
- при вынесении взысканий подчинённым необходимо выяснить, почему подчинённый совершил дисциплинарный проступок, а потом делать вводы. Нельзя начинать разговор с провинившимся с окрика, оскорбления.

7. Правила приёма по личным вопросам.

Перед приёмом по личным вопросам руководителю следует взять у секретаря список записавшихся и запомнить их имена и отчества. Во время приёма к сотруднику следует обращаться по имени-отчеству. Нельзя приглашать одновременно несколько посетителей, даже если они хотят решить один и тот же вопрос. Все телефонные переговоры в день приёма ведёт секретарь.

8. Деловые подарки и сувениры. Давней традицией делового мира являются подарки и сувениры. Подарки – это средство для организации общения, установления контакта, создания атмосферы доброжелательности.

Начиная с эпохи раннего Средневековья ритуальный обмен дарами имел огромное значение. Все важнейшие события в жизни человека – вступление в брак, визит в гости, заключение сделки, подписание мира – сопровождались взаимным вручением подарков. Дары могли иметь значительную материальную ценность, а могли быть символическими, важно, что между людьми возникали узы дружбы или признательности. Подарки считались важным средством поддержания общественных связей, а подчеркнутая щедрость и гостеприимство обеспечивали человеку положение в обществе.

Не принято преподносить слишком дорогие подарки, даже если позволяют средства. Руководителю организации можно подарить красивый письменный прибор, гравюру, книгу или художественный альбом. Подарки, которые всегда уместны и которые можно дарить всем, – это цветы, конфеты в красивой коробке, фрукты, книги, письменные принадлежности, изделия из стекла, хрусталя, серебра, керамики. В особых случаях можно дарить ювелирные изделия. Иностранному гостю можно подарить оте-

чественные напитки, художественные произведения национальных промыслов, альбом по искусству.

Общие правила:

- во время первой встречи подарки вручают хозяева гостям. Впоследствии обмен подарками является обязательным;
- подарки вручаются в соответствии с рангами: не рекомендует-ся руководителю и членам делегации дарить одинаковые подарки;
- красивая упаковка – важная деталь подарка, так как она создаёт первое впечатление о подарке;
- повторение подарка (кроме спиртных напитков, шоколад-ных набров, цветов) считается серьёзным нарушением этикета;
- цветы вручают, сняв бумагу, кроме случаев, когда упаков-ка является декоративным украшением;
- подарок вручается из рук в руки, при этом нужно сказать несколько добрых слов и пожеланий.

Одним из важнейших факторов, влияющих на качество де-лового общения, является привлекательный имидж, то есть сово-купность определённых качеств, сформировавшийся образ дело-вого человека или фирмы, в котором выделяются ценностные ха-рактеристики и черты, оказывающие определённое воздействие на окружающих.

Удачно сформированный имидж поможет реализовать по-тенциал сотрудника, подняться на более высокую ступень слу-жебной лестницы или достойно представлять свою компанию.

Имидж можно рассматривать как форму самопрезентации. С одной стороны, имидж даёт информацию окружающим о лично-сти, с другой стороны, благодаря имиджу личность достигает своих определённых целей.

Хорошую репутацию приобрести трудно, на это уходят го-ды, а утратить её можно мгновенно и зачастую из-за пустяка: проявив невоспитанность в любой форме, вульгарность в одежде и поведении, не ответив вовремя на звонок, опоздав на встречу и т.д. Для привлекательного имиджа важно всё: и внешний вид, и культура речи, и манера одеваться, и интерьер офиса.

Формирование имиджа

Во всех странах поведение позитивно воспринимаемого че-ловека должно включать как минимум четыре компонента: веж-ливость, естественность, достоинство, такт. Бизнесмены всего

мира практически единодушны относительно трёх наиболее предпочитаемых позитивных свойств возможного делового партнёра: компетентности, порядочности и надёжности.

Английские имиджмейкеры утверждают, что мнение о человеке почти на 90 % формируется в первые минуты знакомства. При этом роль внешности и физических данных человека (рост, вес и т.д.) составляет 60 %, мономастика (мимика, жесты, речь, внешний вид) – 35 %, контекст (содержание общения) – 5 %.

1. Модель поведения. Правильный выбор модели поведения осуществляется на основании следующих критериев:

- нравственности;
- учёта конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению случайных обстоятельств;
- цели, которую ставит перед собой личность.

Среди множества моделей поведения особое значение имеют следующие модели:

- этикетная модель – формируется при организации различных межличностных отношений в профессиональной деятельности, которые определяются соответствующими этическими отношениями;

- стратегическая модель – формирует личность в процессе делового общения. Отношение партнёра по общению к самому себе (уровень самооценки) и самоподача (самопрезентация) личности.

2. Внешность. Это первичный фактор, который воспринимается при встрече с любым человеком. Ухоженная внешность включает следующие элементы: причёску, кожу, ухоженность рук и ногтей, улыбку, телесную конституцию (осанка), лицо человека, мимику, взгляд, одежду (стиль, обувь, покрой, ткань, цвет, аксессуары, украшения), парфюмерию и косметику.

3. Манера общения. Придаёт человеку узнаваемость окружающими. В манерах воссоздаётся образ человека, зрительно проявляются его позитивные и негативные качества.

Человек с хорошими манерами пользуется уважением, приятен в общении. Большое значение в манерах имеют любезности и комплименты, применение которых требует такта и чувства меры.

Неотъемлемой частью современного делового мира стала визитная карточка. Компания, заботящаяся о своём имидже, де-

лает визитные карточки для всех своих сотрудников. Когда служащие вручают карточку посетителям, клиентам, деловым партнёрам, это вызывает дополнительное уважение к компании. Визитная карточка меняет отношение сотрудника к работе, поскольку он начинает осознавать свою значимость.

Визитные карточки согласно правилам этикета выполняют две функции: *представительскую и функцию письменного послания*.

1. Представительская функция. Важнейшей функцией визитных карточек является представление посредством них частного лица или фирмы.

Во время визита первое представление чаще всего начинается именно с обмена визитными карточками.

Правила оформления визитных карточек:

- размер 9*5 см, для женщин – на 1 см меньше;
- отпечатываются типографским способом, должны иметь чёрный текст на белом фоне. Бумагу лучше выбирать слегка тонированную с сатинированной поверхностью. На глянцевой бумаге карточки выглядят хуже;
- текст располагается вдоль длинной стороны карточки. Шрифт должен быть легко читаем. Фамилия, как правило, печатается полужирным шрифтом чуть большего размера;
- фамилия, имя, отчество руководящего сотрудника фирмы печатается в центре карточки, под ними указывается должность (более мелким шрифтом), название и адрес фирмы – в нижнем левом углу, номер и телефакса – нижнем правом;
- у рядового сотрудника (не занимающего руководящей должности) внешний вид карточки отличается: в центре печатается название и адрес фирмы, в нижнем углу – имя, отчество, фамилия, в правом нижнем углу – номер телефона и телефакса, на карточку можно помещать логотип фирмы;
- двусторонние карточки являются нарушением делового этикета, так как обратная сторона предназначена для того, чтобы сделать какие-то записи. Предпочтительнее иметь отдельные комплекты с односторонними текстами на русском и иностранном языках. Если визитная карточка напечатана на иностранном языке, имя и фамилия указываются полностью, а отчество обозначается одной заглавной буквой.

2. Функция письменного послания подразумевает использование визитной карточки для передачи какой-либо информации. Текст пишется в третьем лице, подпись не ставится. Визитная карточка может использоваться в качестве приглашения на неофициальный приём.

Таким образом, для создания положительного имиджа нужно иметь привлекательный внешний вид, естественное поведение, достойные манеры. При этом следует помнить, что отправной точкой при создании имиджа является признание личной ответственности за самого себя, за свои действия и обстоятельства, в которых оказался человек.

Тема 5 ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Переговоры составляют значительную часть профессиональной деятельности многих специалистов разного уровня. Деловые переговоры – это процесс, участники которого являются представителями хотя бы двух сторон (организаций, учреждений и т.д.), уполномоченными осуществлять соответствующие деловые контакты и заключать договоры.

Предметом деловых переговоров, как правило, являются элементы профессиональной деятельности, проблемы, представляющие взаимный интерес, координация действий для уточнения средств выполнения ранее достигнутых соглашений, сглаживание возникших противоречий, конфликтных ситуаций, налаживание контактов и взаимоотношений с партнёрами и т.п.

Проведение деловых переговоров предполагает знание правил их подготовки, нормативно-законодательных актов и других документов, которые регламентируют переговорный процесс, соблюдение протокола и т.д.

Предусматривается последовательное выполнение трёх этапов. Первый этап – подготовительный.

Начинается с того момента, когда по договорённости вторая сторона принимает предложение о проведении деловых переговоров. От того, насколько тщательно будут подготовлены переговоры, зависит не только их результат, но и сам процесс: будут ли переговоры длительными конфликтными или они пройдут быстро, без срывов.

Подготовка к переговорам включает две основные стадии.

1. Решение организационных вопросов:

- время (выбирается исходя из их прогнозируемой продолжительности);
- место (согласовывается между участниками. Перед встречей необходимо подготовить выбранное помещение на предмет создания комфортности и деловой обстановки);
- формирование количественного и качественного состава делегаций (производится в соответствии с компетентностью сотрудников по рассматриваемым на переговорах вопросам);
- сбор и обработка информации (сбор данных по существу рассматриваемой проблемы; сбор данных о фирме, с которой

планируется проведение переговоров – когда и кем была основана, в каких странах и с какими партнёрами ведёт дела, в каких сделках имела наибольший успех, данные о финансовом положении, объёме операций и т.д.);

- информация о руководстве фирмы и о тех, с кем придётся вести переговоры (где родились, какие учебные заведения окончил, основные этапы карьерного роста, состав семьи, хобби и т.д.);

2. Проработка основного содержания деловых переговоров.

На этой стадии следует учитывать интересы участвующих сторон и необходимость достижения разумного соглашения. При подготовке к переговорам нельзя стремиться к достижению односторонних выгод, в противном случае с выигравшей стороной могут прервать сотрудничество.

Таким образом, соглашение, достигнутое в процессе деловых переговоров, должно отвечать законным интересам обеих сторон, справедливо регулировать конфронтацию интересов, являться долговременным и не испортить отношения между договаривающимися сторонами. Участникам необходимы:

- постановка проблемы (определить круг вопросов, решение которых следует выносить на переговоры);

- определение интересов сторон (это ключевое понятие переговорного процесса. Стороны, вступая в переговоры, всегда имеют общие, собственные, а также непересекающиеся интересы. Общие интересы сближают партнёров во время переговорного процесса и являются основой конструктивного решения. Неплохо владеть информацией и о дополнительных интересах партнёра, что может явиться веским аргументом в процессе дискуссии);

- выработка общего подхода к деловым переговорам (позволяет выработать решение и определить свою позицию, стратегию и тактику ведения деловых переговоров);

- составление необходимых документов и материалов (эти документы будут служить на переговорах ориентирами, с которыми сверяется ход обсуждения и вносятся необходимые изменения – проекты соглашений, протоколов, договоров, резолюций, контрактов и т.д.).

Второй этап – основной.

Непосредственное проведение деловых переговоров. Главное правило, которого должны придерживаться участники пере-

говорного процесса, это чёткое разграничение между существом проблемы и отношениями сторон. Это подразумевает определение интересов партнёров, их позиций и объективное рассмотрение взаимовыгодных вариантов реализации этих положений.

1. Взаимное уточнение интересов, концепций и позиций участников. На этой стадии необходимо уточнить точки зрения участников переговоров и обсудить их. Происходит выяснение общих понятий, представлений и разногласий по существу рассматриваемого вопроса. Эта стадия является достаточно важной в переговорном процессе. От её проведения зависит дальнейшее обсуждение рассматриваемых вопросов. Именно в начале переговоров должна быть снята информационная неопределённость за счёт выяснения позиций участников, выработан общий язык с партнёрами, организован конструктивный диалог между участниками.

Любой деловой диалог должен сопровождаться следующими действиями:

1. Расположите к себе партнёра (для этого постарайтесь установить с ним контакт, проявите готовность его выслушать, учесть его интересы);

2. Заинтересуйте партнёра (представьте ему выгодные стороны заключаемого соглашения, укажите на взаимные интересы и перспективы);

3. Убедите партнёра (для этого используйте веские аргументы, делайте обоснованные выводы, говорите с убеждённо-стью);

4. Воздействуйте на партнёра (активность, красноречие);

5. Завоюйте партнёра (непоколебимость доводов, достоверность фактов, доверительный тон обсуждения).

2. Обсуждение выдвинутых положений, позиций. Работа на этой стадии направлена на то, чтобы реализовать собственную позицию или возразить партнёру. Для этого сторонами выдвигаются аргументы и доказательства, которые могут использоваться для жёсткого отстаивания своих позиций или для того, чтобы показать партнёру, на какие уступки и почему сторона не может пойти, что не может войти в заключительный документ, с чем участники переговоров не согласны и какие вопросы могут быть предметом дальнейшего обсуждения.

Таким образом, аргументы участников деловых переговоров направлены в основном на то, чтобы обосновать собственную позицию или возразить партнёру.

При обсуждении выдвинутых позиций важно не вступать в бурные и долгие дискуссии, которые могут закончиться конфликтом. Если эмоции всё-таки взяли верх в деловых переговорах, следует сделать перерыв, который можно использовать для дополнительного совещания со специалистами, неофициальных встреч с партнёрами, которые в условиях неформального контакта могут раскрыть истинные намерения, а не демонстрируемую позицию в официальной обстановке.

К серьёзным ошибкам, которые могут быть допущены участниками деловых переговоров, относятся:

- неприятие взаимовыгодных вариантов решения проблемы и настаивание только на своём решении;
- преждевременные суждения о позиции другой стороны;
- поиск единственного решения проблемы;
- убеждение в невозможности справедливого решения поставленных вопросов и т.д.

3. Согласование позиций и выработка договорённости по каждому вопросу. Выделяют две стадии соглашения позиций: сначала *общая формула*, а затем *детализация*. Под детализацией следует понимать редактирование текста и выработку окончательного варианта итогового документа.

Третий этап – завершает переговорный процесс и включает в себя решение следующих организационных вопросов:

- выбор типа принимаемого решения (компромисс – стороны идут на взаимные уступки; нахождение в ходе переговоров нового решения, асимметричное решение – уступки одной из сторон значительно превышают уступки другой, такое решение вряд ли будет выполнено, так как является вынужденным);
- подписание установленных документов (наиболее выгодный для подписания документов момент наступает тогда, когда стороны убедятся во взаимопонимании, определяют свои приоритеты и согласятся с предложениями партнёра);
- анализ результатов (подписанное соглашение ещё не означает, что переговоры прошли успешно, так же, как и отсутствие

соглашения не свидетельствует об их провале. Необходимо провести детальный анализ переговоров);

- контроль выполнения договорных обязательств (на практике участники переговоров могут столкнуться с невыполнением тех решений, которые были одобрены и подписаны на переговорах). От того, насколько точно соблюдаются договорённости, зависят не только взаимоотношения между сторонами, но и репутация фирмы в целом.

Для реализации переговорного процесса используются различные методы, среди которых, как правило, выделяют четыре основных:

1. Жёсткий подход. Цель данного подхода – реализовать позицию своей стороны наиболее полно при минимальных уступках партнёру. Как показывает практика, такой подход редко бывает эффективен, так как создаёт благоприятную почву для различных уловок, ведёт к напряжённости в отношениях, иногда к разрыву и увеличивает вероятность отказа от будущего сотрудничества;

2. Позиционный торг. Начинается с представления исходных завышенных первоначальных требований. Выдвигается крайняя позиция, которую упорно отстаивают путём небольших уступок. Это также довольно жестокий метод ведения переговоров, так как он в целом малопродуктивен, характеризуется непредсказуемостью результатов, большими затратами времени, возможностью ухудшения отношений с партнёрами;

3. Мягкий подход. Переговоры проводятся в дружелюбной обстановке, без споров и конфликтов. Указывает на манеру ведения переговоров, систему действий для достижения поставленной цели, а не на бесконечные уступки в ущерб себе;

4. Принципиальные переговоры, или переговоры «по существу». Самый эффективный метод достижения соглашения между договаривающимися сторонами. Партнёры не торгуются по поводу определённых уступок каждой стороны, а исходят из сути дела и стремятся найти взаимную выгоду там, где это возможно. Там же, где их интересы не совпадают, стороны добиваются такого результата, который был бы обоснован справедливыми нормами, независимо от воли каждой из сторон.

В переговорном процессе одним из важнейших моментов является выбор тактики ведения переговоров, которая позволяет добиваться поставленной цели и непосредственно реализуется с помощью определённых тактических приёмов.

1. Уклонение от борьбы. Применяется в том случае, когда затрагиваются вопросы, нежелательные для обсуждения. В этом случае целесообразно выступить с просьбой отложить рассмотрение проблемы, перенести на другое время или проигнорировать её. Этот тактический приём можно также использовать в ситуациях, когда переговоры зашли в тупик.

2. Затягивание. Является производным от уклонения и используется в том случае, когда необходимо затянуть переговоры, чтобы прояснить ситуацию, получить больше информации и т.д.

3. Выжидание. Связано с получением от партнёра наибольшего количества информации, чтобы, оценив все условия и имеющиеся данные, принять собственное решение.

4. Пакетирование. Заключается в том, чтобы вынести на обсуждение не один вопрос, а несколько. В один пакет объединяются привлекательные и малопривлекательные предложения. При этом решаются две задачи. Первая: предполагается, что партнёр, заинтересованный в одном или нескольких предложениях, примет и остальные. Вторая: принятие основных предложений путём уступок в малозначительных предложениях.

5. Салями. Это разновидность выжидания, проявляется в постепенном прояснении собственной позиции (по аналогии с нарезкой тонкими слоями колбасы). Цель тактического приёма – получить максимально возможную информацию от партнёра, сформулировать предложения в выгодном виде или затянуть переговоры при неготовности решения проблемы.

6. Завышение требований. Состоит в том, чтобы включить в состав обсуждаемых проблем пункты, которые потом можно безболезненно убрать, сделав вид, что это является уступкой, и потребовать аналогичных шагов со стороны партнёра.

7. Расстановка ложных акцентов. Заключается в том, чтобы показать партнёру крайнюю заинтересованность в решении вопроса, который в действительности является второстепенным. Иногда это делается для того, чтобы, пойдя на уступку, убрать

этот вопрос и получить необходимые решения по-другому более важному вопросу.

8. Постепенное повышение сложности вопросов. Заключается в постепенном переходе от решения простых вопросов, на которые легко получить положительный ответ, к более сложным проблемным темам. Это создаёт благоприятный психологический климат и показывает, что проблема решена.

Таким образом, продуманная тактика ведения переговоров – это перспективное видение проблемы, детальный учёт аргументов и фактов, реакции другой стороны на всех этапах и стадиях этого процесса.

Важным элементом в деловых переговорах является аргументация, которая направлена на обоснование позиции одного человека с целью последующего её понимания и принятия другим человеком.

Требования, предъявляемые к аргументам:

1. Истинность аргументов;
2. Непротиворечивость;
3. Достаточность.

Важным элементом в деловых переговорах является постановка вопросов, которая, как правило, позволяет активизировать участников общения и направить процесс передачи информации в необходимом направлении. Вопросы предоставляют участнику переговоров возможность проявить себя, показать, что он знает, перехватить и удержать инициативу в общении, активизировать собеседника, чтобы от монолога перейти к наиболее эффективному, с точки зрения передачи информации, диалогу. Правильно поставленный вопрос даёт возможность уточнить точку зрения партнёра или оппонента, получить от него дополнительные сведения, понять его отношение к какой-либо проблеме.

Подсчитано, что специалисты тратят от 4 до 25 % рабочего времени на *телефонные переговоры*. Чтобы освоить правила эффективного ведения телефонных разговоров, необходимо учесть основные составляющие данной коммуникационной ситуации:

1. Коммуникативная установка – расположить собеседника к дальнейшим деловым контактам, получить или передать информацию, не тратя времени и средств на поездки или переписку;
2. Ролевая установка, которая предполагает дополнительное преимущество у инициатора разговора, так как он заранее продумывает

мывает своё поведение, выбирая удобный ему момент и манеру ведения телефонного разговора.

Телефонное общение можно рассматривать как специфический случай проведения деловых переговоров. Однако отсутствие визуального контакта увеличивает нагрузку на устно-речевые средства взаимодействия партнёров по общению.

Как показывает практика, правильно организованный телефонный разговор позволяет установить дополнительные деловые контакты. Поэтому главное правило ведения телефонных разговоров – доброжелательное, вежливое отношение к абоненту.

Практические советы по организации телефонного разговора.

Следует разграничивать официальные (деловые) телефонные разговоры и неофициальные. Обычно деловые разговоры ведутся по служебным, а не по домашним телефонам. В том случае, если приходится позвонить домой абоненту по делу, необходимо принести извинения, кратко изложить суть дела и договориться о деловой встрече или деловом служебном звонке.

Звонки домой до 9 часов утра и после 22 часов вечера являются нарушением этикета. Если же обстоятельства оказываются важнее этикетных отношений и приходится звонить во внеэтикетное время, необходимо принести извинения и изложить серьёзные причины звонка.

В случае необходимости звонка в незнакомую организацию прежде всего нужно выяснить, кто компетентен в решении конкретного вопроса. Подробную информацию следует давать только тому собеседнику, который сможет помочь в решении вопроса. Безадресная передача излишней информации является достаточно распространённой ошибкой в телефонных переговорах.

В случае звонка из внешней организации с вопросами, которые находятся вне вашей компетенции, необходимо помочь звонящему разобраться в том, кто может решить его проблему.

Разговор по телефону не должен быть долгим. По правилам этикета не более 3–5 минут. Закончить разговор должен тот человек, который позвонил. Считается неэтичным, если абонент нарочито указывает собеседнику на необходимость завершения беседы, начатой не им. Если возникает необходимость срочно закончить телефонный разговор, можно воспользоваться подходящим в данной ситуации приёмами корректного завершения

беседы. Например, сослаться на ожидание звонка по междугородней связи и т.д.

Непозволительно тому, кто звонит, начинать разговор с выяснения имени собеседника. Второе лицо, если оно не узнаёт говорящего, может выяснить, с кем имеет дело.

Если во время телефонного разговора связь неожиданно прервалась, то перезванивает тот абонент, который начинал беседу.

Если в вашей фирме зазвонил телефон, следует:

- 1) поднять трубку как максимум до третьего звонка телефона;
- 2) сказать: «Доброе утро (день)», представиться и назвать свой отдел;
- 3) спросить: «Чем я могу вам помочь?»
- 4) сконцентрировать внимание на беседе и выслушать собеседника;
- 5) предложить перезвонить, если это требуется для выяснения деталей;
- 6) использовать бланки для записи телефонных разговоров;
- 7) записать номер звонящего или его информацию и перезвонить ему.

Если звоните вы...

Прежде чем позвонить, уясните себе, с какой целью вы собираетесь звонить, каким должно быть содержание разговора.

Перед тем как позвонить в другой город или солидным партнёрам, полезно набросать на листе бумаги основные пункты предстоящего разговора, чтобы в волнении или в спешке не упустить отдельные важные моменты.

Если дело не срочное, возникает выбор – либо звонить сразу, либо определить наилучшее время для звонка и отложить телефонный разговор до этого момента.

Самый простой способ дозвониться – это набирать нужный номер непрерывно раз за разом, по возможности без пауз.

По окончании деловой части разговора не пускайтесь с чувством облегчения в обсуждение политических или бытовых новостей, даже если у вас есть минутка свободного времени и соответствующее настроение. Сначала справьтесь, расположен ли вести подобный разговор ваш собеседник, может быть, у него как раз нет для этого ни времени, ни желания.

Чем больше загружена линия, тем менее продолжительным должен быть телефонный разговор.

Исследователи утверждают, что человек принимает решение о продолжении телефонного разговора в первые четыре секунды. Учитывая тот факт, что собеседники не видят друг друга, необходимо произвести сразу хорошее впечатление при помощи интонации уверенности и дружелюбия, размеренного ритма речи, тембра голоса, лаконичной и ёмкой фразы представления. Плохим тоном является уверенность в том, что собеседника могут узнать по голосу.

Руководителю фирмы следует в обязательном порядке контролировать ведение телефонных разговоров своих сотрудников, указывать и на их ошибки, выявленную неэтичность поведения и т.д. Периодически рекомендуется проверять, как работники общаются по телефону с внешними абонентами. Проверить это достаточно просто. Следует просто позвонить в офис и представиться потенциальным клиентом.

Тема 6 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ ПРИ ВЕДЕНИИ ПЕРЕГОВОРОВ

Человеческое общение менее чем на 10 % состоит из вербальной (слова и фразы) составляющей. Существенно большую смысловую нагрузку (до 35 %) несет вокальная составляющая. Например, простейшая фраза «Где ты?» может нести десятки смысловых нагрузок в зависимости от интонации, с которой она произнесена.

Однако наибольшая информационная нагрузка у невербальной составляющей, которую еще называют языком тела. Она может нести до 55 % информации при общении людей. Элементы этого языка ребенок осваивает еще до того, как научится произносить первые слова. Так, уворачиваясь от нежелательной ложки с кашей, двигая головой влево-вправо, он усваивает отрицательное движение, «нет» на языке тела. Всем нам знакомы наиболее часто проявляемые «слова» на этом языке: пожимание плечами – непонимание, незнание – раскрытые ладони, поднятые брови.

Однако у каждого народа исторически сложился свой язык жестов, поэтому необходимо учитывать не отдельные жесты, а группы жестов. Для того чтобы быть убедительным, необходимо соответствие слов и жестов (их конгруэнтность).

Отмечено, что чем выше человек по социальному положению, чем больше его словарный запас, тем больше информации он передает вербально, меньше жестов и телодвижений он совершает. Изменяется «произношение» этих слов и с возрастом. Так, говоря неправду, ребенок может инстинктивно закрывать рот ладошками, подросток – потирать губы, а взрослый – всего лишь дотронуться до носа. Полностью симитировать язык тела практически невозможно, однако можно и нужно его использовать при деловом общении, в особенности во время переговоров.

Коммерсант, как актер или политик, должен уметь читать на этом языке и свободно общаться. Коммерсант, как и политик, должен уметь при необходимости донести до собеседника именно ту информацию, которую он считает нужной, вне зависимости от того, как далека она от истинного положения дел. Сделать это без учета языка жестов невозможно. Для того чтобы самостоя-

тельно попытаться освоить этот язык, необходимо анализировать свои жесты, жесты других людей, в том числе смотреть выступления по телевидению при выключенном звуке.

Зоны личного пространства

При деловом общении необходимо учитывать, что существуют различные зоны пространства (расстояния), наиболее подходящие для различных ситуаций.

Так, при выступлении перед аудиторией предпочтительно находиться перед слушателями в так называемой публичной зоне – на расстоянии более трех с половиной метров (более 3,6 м по литературным данным) от слушателей.

Социальная зона (1,22–3,60 м) наилучшим образом подходит для общения с посторонними, незнакомыми людьми, новыми сотрудниками. Личная зона (0,46–1,22 м) подходит для общения при дружеской встрече, на работе со старыми коллегами, а также на официальных и неофициальных приемах. Интимная зона (0,15–0,45 м) уже позволяет ощутить тепло, исходящее от другого человека. Она подходит для общения только очень близких людей, родственников. Расстояние менее 0,15 метра уже приравнивается к физическому контакту между людьми.

Нежелательное вторжение в личную зону вызывает у людей агрессивность. Городская скученность приводит к постоянным вторжениям в личные зоны людей, что вызывает стресс и повышенную преступность. В связи с этим толпа, давка изначально агрессивны. Поэтому полиция при возникновении массовых волнений стремится в первую очередь рассеять толпу для снижения агрессивности людей.

Неизбежное вторжение в личную зону происходит в транспорте, в лифте. В западных странах, поэтому в лифте не принято разговаривать, стараются избегать визуального контакта, не проявлять явных эмоций, а предпочитают смотреть на загорающиеся лампочки с номерами этажей или просто на дверь лифта. Люди, проживающие в крупных городах, постепенно уменьшают свою зону личного пространства. Это заметно, например, при рукопожатии. Проживающие постоянно в крупных городах при рукопожатии подходят один к другому достаточно близко, в то время как люди в сельской местности пожимают руки, вытянутые прак-

тически на всю длину, находясь один от другого на заметно большем расстоянии, чем горожане.

При приветственном формальном поцелуе на официальном приеме, встрече женщины нагибаются одна к другой, не соприкасаются бедрами, стараются не вторгаться в личную зону собеседницы, в отличие от тесного контакта между давними друзьями.

Человек, как правило, инстинктивно стремится защитить свою территорию и пометить ее, например, при помощи таблички на двери, вырезанных на парте инициалов, разложенных на столе во время переговоров ручек, блокнотов и т.д. Поэтому на переговорах, деловых встречах необходимо учитывать зоны личного пространства, не допускать нежелательного вторжения в эти зоны.

Рукопожатие.

Рукопожатие, с которого начинается любая деловая встреча, – это не только часть этикета, но и очень мощный невербальный сигнал. При встрече равных по статусу людей, хороших знакомых при рукопожатии, как правило, кисти рук расположены в вертикальной плоскости, одинаково у обоих приветствующих друг друга людей (рис. 1).



Рисунок 1. Рукопожатие равных

Люди, неуверенные в себе, очень часто подают руку для пожатия ладонью несколько повернутой вверх, как бы принимая

в нее руку более высокого по статусу человека. Таким образом создается некий своеобразный жест покорности, в особенности, если это делается с поклоном или подобием реверанса.

Наоборот, люди, стремящиеся подчеркнуть или занять при встрече доминирующее положение, подают руку для пожатия ладонью вниз. Нередко это натренированный на различных курсах жест. Когда им это удастся, то, как минимум, такие люди начинают чувствовать себя более уверенно с самого начала переговоров. Поэтому желательно лишить их такого морального преимущества. Для этого совершенно не нужно прилагать заметных физических усилий, заниматься армрестлингом. Просто во время рукопожатия сделайте шаг навстречу и немного вправо, совершая своим корпусом и рукой небольшой разворот влево. Рука вашего собеседника окажется в вертикальной плоскости, и рукопожатие будет равных по положению партнеров на переговорах.

При рукопожатии может быть использована и левая рука для выражения особенных чувств, которые хотят донести до партнера. При этом, чем выше пожимает руку собеседника левая рука, тем более глубоким эмоциям и тесным личным отношениям это соответствует. Пожатие левой рукой запястья, локтя соответствует встрече близких друзей, родственников. Касание левой рукой при рукопожатии плеча или даже предплечья воспринимается людьми на уровне физического контакта и допустимо между людьми с глубокой эмоциональной связью. Похлопывание при рукопожатии по плечу воспринимается, скорее, как покровительственный жест, чем просто дружеский.

Расположение тела как невербальный сигнал.

Расположение тела собеседника относительно вас является важным указателем того, насколько он в данный момент расположен к беседе с вами. Если собеседник вас внимательно слушает, то, скорее всего, он будет повернут к вам не только головой, но и всем корпусом, либо и голова, и корпус его находятся к вам в поло-

Однако если спешащего по делам сотрудника вы вдруг «затормозите» своим несвоевременным для него вопросом, то вполне вероятно, что, повернув к вам голову, он не будет поворачивать в вашу сторону весь корпус, фактически продолжая свой путь, пусть даже и с меньшей скоростью или даже остановившись. Если вам действительно необходим разговор с этим чело-

веком, попытайтесь развернуть в свою сторону и его корпус тоже, например, передавая ему документы или протягивая руку для пожатия.

Много полезных контактов возникает во время перерывов на конференциях, семинарах, во время фуршетов подобных мероприятий. Если интересующий вас человек занят беседой с кем-то, то расположение их тел может подсказать, насколько уместным будет попытка присоединиться к их беседе. Когда два человека ведут спокойный разговор и их тела и головы лишь частично повернуты в сторону собеседника, то такая открытая позиция показывает, что они вполне допускают присоединение к беседе других людей, чем и можно воспользоваться (рис.2).



Рисунок 2. Позиция вполоборота при разговоре собеседников

В том же случае, когда собеседники стоят лицом друг к другу и так же расположены их тела, то такая позиция закрытая, не предполагающая подключения к беседе третьего лица.

Можно попытаться к ним подключиться. Но если в вашу сторону развернутся только их головы, а не тела, можно быть уверенным, что вы им помешали. В этом случае предпочтительно договориться о встрече (рис. 3).

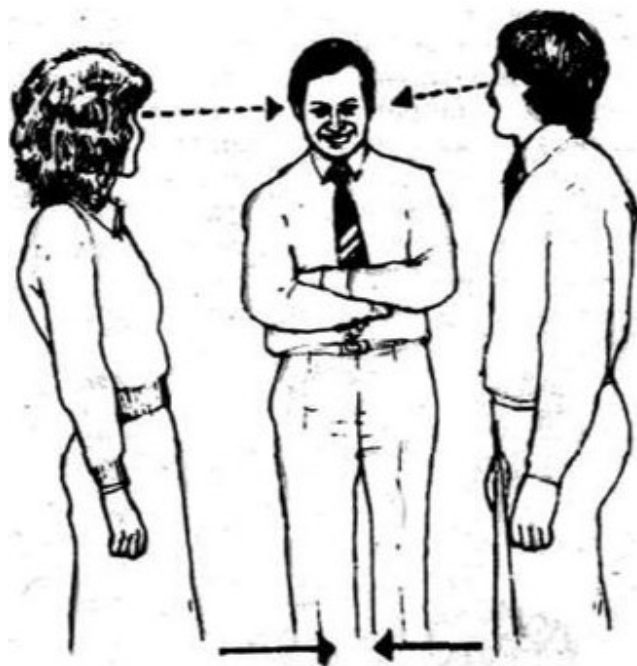


Рисунок 3. Позиция при разговоре

Расположение за столом переговоров.

Рассмотрим варианты расположения за переговорным столом,

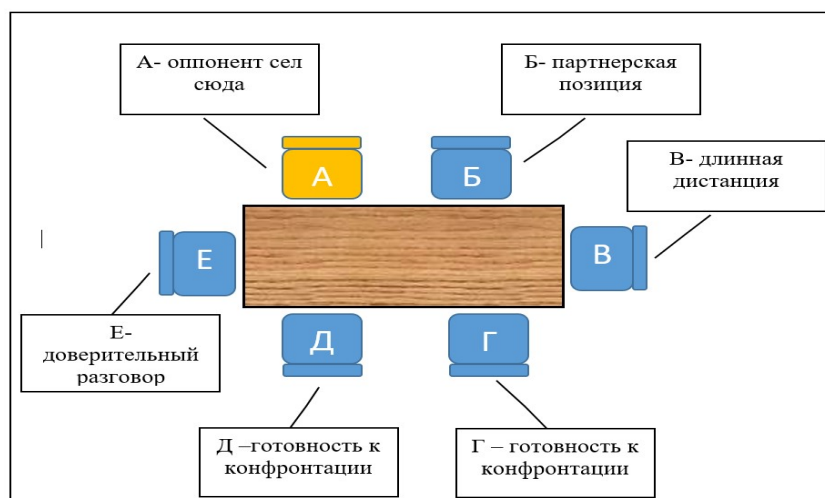


Рисунок 4. Варианты расположения за переговорным столом

Если один человек все время находится в положении А, то варианты расположения второго человека Б, В, Г, Д, Е.

Положение Е – угловое положение относительно лица А. Хорошо подходит для неформальной, дружеской беседы. Между людьми хороший визуальный контакт, есть возможность совершать множество жестов и различать их у собеседника. В то же время угол стола при необходимости может играть роль частичного барьера. Такое расположение очень часто используют врачи в своих кабинетах.

Положение Б – положение сотрудничества. Подходит для того случая, когда люди работают совместно над одним вопросом, одинаково настроены. Удачно для выработки совместных решений. Если во время своего визита вы хотите в чем-то убедить хозяина кабинета, то занять такое положение очень выгодно, но делать это можно только с его разрешения.

Положение Д – положение друг против друга, характерное либо для отношений начальник–подчиненный, либо в случае конкуренции собеседников. Такое положение для спокойной и непринужденной беседы подходит очень мало. Если вы предполагаете проводить беседу в русле сотрудничества равных партнеров, то желательно занять другое место.

Положение Г – независимая позиция, характеризующая нежелание взаимодействовать, отсутствие интереса к обсуждаемому вопросу, нежелание мешать другому человеку. Если у вас два собеседника, то, естественно, они не могут одновременно занять положение Б.

В этом случае, возможно, другое расположение.

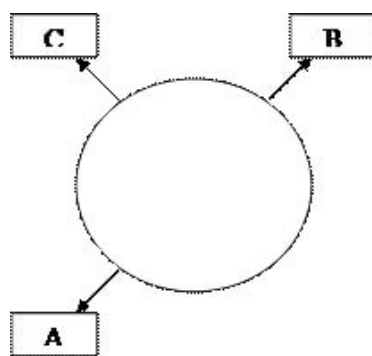


Рисунок 5. Вариант расположения собеседников за столом переговоров

Желательно во время своего выступления переводить взгляд с одного собеседника на другого, привлекая внимание их обоих. Если ваше выступление было ответом на заданный вам вопрос, то заканчивать выступление желательно глядя на задавшего этот вопрос.

Вообще, квадратный стол больше подходит для формальной обстановки: для коротких деловых бесед, в том числе в режиме начальник–подчиненный.

Круглый стол – неформальный, за ним собираются люди как бы у костра. Расположение собеседников в круге мы встречаем на совете вождей индейских племен, у рыцарей короля Артура, на заседаниях ООН. Круглый стол может придавать встрече атмосферу неофициальности, спокойствия.

Однако при этом редко когда все места даже за круглым столом остаются равноценными в плане статуса и внимания к тем, кто их занимает.

За круглым столом короля Артура более почетными были места по правую и левую руку от него. Когда люди собираются вокруг костра, центр внимания смещается к тому месту, где находится начальник экспедиции или командир отряда, а рядом с ним, как правило, сидят его помощники, наиболее близкие.

В целях создания спокойной атмосферы для своего собеседника, его успокоения, создания более неформальной обстановки рекомендуется расположить собеседника так, чтобы за спиной у него была стена, ширма. Когда за спиной у человека открытое пространство, то, в особенности при напряженной беседе, у него повышается давление, учащается сердцебиение и снижается концентрация внимания. Все это усугубляется, если за спиной у него ходят другие люди, а еще хуже, когда за спиной у него открытая дверь, через которую в помещение периодически еще кто-то заходит или заглядывает.

Элементы невербального общения, связанные с жестами рук.

Потираание ладоней, пальцев.

Руки во время переговоров, как правило, находятся на виду, что позволяет использовать жесты рук для лучшего понимания

собеседника. Однако существует достаточно много тонкостей, связанных с трактовкой этих жестов.

Прежде всего, следует учитывать их в контексте переговоров, не строить выводы на одном единственном движении или положении рук. Нужно принимать во внимание не только само движение, но и его динамику.

Так, например, существует такое достаточно распространенное движение, как потирание ладоней. Возможные варианты – это быстрое или медленное их потирание. При этом быстрое потирание ладоней, как правило, воспринимается собеседниками как то, что человек доволен не просто выгодностью сделки, а тем, что совпадают его интересы и интересы его контрагента, т.е. сделка взаимовыгодна. В то же время медленное потирание ладоней воспринимается как демонстрация хитрости, производит впечатление того, что собеседник усматривает в создавшейся ситуации выгоду одностороннюю, исключительно для него.

Так же как и потирание ладоней, с ожиданием финансовой, денежной выгоды связано потирание большим пальцем указательного. Однако этот жест настолько общепринят, что на переговорах является, скорее, демонстративным, чем рефлексорным. То есть собеседник таким жестом, как правило, специально демонстрирует вам, что он усматривает в данной ситуации финансовую выгоду.

Сцепленные пальцы.

Как правило, сцепленные пальцы являются, скорее, негативным жестом. При этом рекомендуется еще оценивать, насколько подняты руки. Чем выше они подняты, тем сильнее негативные эмоции и тем они «крепче».

Соединенные кончики пальцев.

При общении сотрудников в офисах мы очень часто можем наблюдать расположение рук, когда оказываются сцепленными кончики пальцев. В этом случае существуют два варианта позы.

Первый – это когда пальцы направлены вверх и образуют так называемый шпиль. При этом голова собеседника часто откинута назад, взгляд направлен вперед на собеседника. Такой жест характерен для менеджеров, управляющих при объяснении ситуации или постановке задачи подчиненным.

Другой вариант сцепленных пальцев – когда руки смотрят вниз или лежат на коленях. Такая поза характерна для таких слушаев, когда человек более-менее внимательно выслушивает мнение собеседника.

Захваченные кисти, запястья, предплечья.

Захваченные кисти – в принципе жест уверенности. Характерен для преподавателей и людей подобных профессий, когда человек спокойно размышляет, обдумывает ситуацию, которая находится под контролем. Однако если обхватывающая рука находится выше кисти, например, обхватывает запястье, то такое ее положение может служить признаком раздражения. При этом, чем выше находится обхватывающая рука тем выше степень раздражения. Если обхватываются предплечья, то это уже признак сильного раздражения.



Стоит отметить, что столь явные признаки раздражения сильные и волевые люди демонстрируют редко. Скорее, они начинают «принимать меры», чем демонстрировать свои негативные эмоции.

Демонстрация больших пальцев.

Это жест явно демонстрирует желание доминировать, показать свое превосходство, агрессию. Он является позитивным для менеджера, уверенного в себе, пользующегося им в присутствии подчиненных.

Для демонстрации больших пальцев могут использоваться карманы, ремни и другие части одежды, в которые или за кото-

рые помещается кисть, а на виду остается большой палец. Также для этого может быть использована вытянутая рука с отогнутым пальцем. Такой жест очень плохо сочетается со словами «по моему скромному мнению». Если с демонстрацией больших пальцев сочетаются скрещенные руки, то это или оборонительная позиция, или негативное отношение, и в то же время демонстрация превосходства.

Следует также принимать во внимание, что указание на какого-либо человека большим пальцем (например, через плечо) воспринимается как знак насмешки, неуважения.

Руки около лица.

Существует достаточно много жестов, связанных с расположением рук около лица. Выявлять и распознавать их бывает не просто, но овладеть этим навыком желательно.

В частности, руки могут либо находиться около рта, либо его прикрывают, либо потирают кончик носа, либо человек покашливает в кулак (не имея простуды или иной медицинской причины). Это может свидетельствовать о том, что человек говорит неправду либо считает, что ему говорят неправду, и машинально он от нее прикрывается. В этом случае предпочтительно поинтересоваться у собеседника, что его смутило в ваших словах, и попытаться его убедить в вашей правоте и правдивости.

Аналогично трактуется потирание века, глаза (не вижу неправды). Потирание уха трактуется, как нежелание слышать неправду. Нередко человек, находящийся в сомнении, начинает потирать какие-либо части тела или чесывать их. Так, распространенным жестом, показывающим неуверенность или сомнение собеседника, является потирание им указательным пальцем правой руки боковой поверхности шеи.

Рекомендуют обращать внимание на оттягивание воротника. Специалисты считают, что это соответствует тому, что ваш собеседник сердит или подавлен. К тому же причиной этого, вполне возможно, является то, что он говорит либо собирается говорить вам неправду. При этом не исключено, что он, собеседник, чувствует, что его «раскусили» и есть определенное недоверие к его словам.

Типичным жестом, показывающим неуверенность человека, потребность его в поддержке, является палец, засунутый в рот, или то, что он грызет ручку, карандаш.

В итоге можно с достаточно высокой долей вероятности утверждать, что руки, находящиеся около лица, часто являются негативными жестами, которые свидетельствуют о сомнении, неуверенности, чувстве опасности и, возможно, обмане. Однако определить, что именно вызывает у вашего собеседника это чувство, — достаточно сложная задача. Ее необходимо решать, анализируя контекст беседы, предшествующее поведение и жесты собеседника. При этом нужно иметь в виду, что собеседник может обдумывать разные варианты развития событий и вышеуказанные жесты возникают у него, когда он лишь анализирует возможность появления одного из негативных вариантов развития событий.

Жесты, связанные со щеками и подбородком.

Весьма часто можно видеть собеседника или слушателя, подпирающего голову рукой, а именно открытой ладонью. Это явный знак, что он заскучал. Однако учтите, что это касается того случая, когда используется именно открытая ладонь.

Очень часто принимают за выражение скуки постукивание пальцами по столу или носком туфли по полу. Но это признак не скуки, а нетерпения, вполне возможно нетерпения высказаться. Дайте же собеседнику такую возможность, чтобы у него не возникало негативной реакции.

Если щека подперта закрытой ладонью — вас оценивают. При этом указательный палец часто бывает направлен вверх. Если голову подпирают сжатой рукой, указательный палец направлен вверх, а большой палец подпирает подбородок, то вас оценивают весьма критически.

Близкий к этому жест простого потирания подбородка — жест, когда человек принимает решение, идет процесс. Когда высока вероятность принятия выгодного для вас решения — не мешайте этому процессу.

Руки, скрещенные на груди.

Как правило, это оборонительная позиция, при которой человек воздвигает между собой и остальным миром некий барьер. Очень часто такая поза принимается на незнакомом общественном мероприятии, в очереди, в лифте или другом месте, где человек не чувствует себя в безопасности, не обязательно в физическом плане. Опасность может угрожать, например, его комфорту.

Очень близко к глобальной обороне принципиально негативное отношение «ко всему на свете». В этом состоянии человек, что называется, «зажат». Постарайтесь «раскрыть» его, например, дайте ему что-то в руки: проспект, документ, рекламу, пусть человек это посмотрит.

Если у человека не просто скрещены руки, но еще и сжаты кулаки, это свидетельствует не только о состоянии обороны, но и враждебном отношении к чему-то.

О сдерживании негативных эмоций говорят руки, скрещенные таким образом, что они обхватывают предплечья. Вполне возможно, что человек чего-то опасается. Причины его опасений могут быть самые разные, как связанные со служебной деятельностью (например, опасение выговора), так и совершенно иные (например, тревожность перед походом к зубному врачу), но в общем случае – это ожидание каких-либо неприятностей.

Скрещенные руки совместно с направленными вверх большими пальцами – это и оборона, и определенный признак самоуверенности человека. Такая поза будет в определенной степени оправдана, когда ее принимает высококвалифицированный сотрудник перед непосредственным начальником. В этом случае позиция будет и оборонительной перед начальником, и в то же время напоминать ему, начальнику, что данный сотрудник и сам сильный специалист в данном вопросе.

При определенной стеснительности новичка в незнакомом коллективе он нередко принимает позу частичного барьера, когда его создает только одна рука, обхватывающая предплечье другой. Такая поза, как правило, не несет негативных эмоций и достаточно быстро проходит при успешном вхождении человека в новый коллектив.

Для создания ощущения эмоциональной безопасности во время выступления нередко создается замаскированный барьер, когда рука касается не другой руки, а часов, браслета на этой руке, либо обе руки держат перед выступающим какой-либо предмет: текст доклада, букет цветов и т.д.

Закинутая нога на ногу.

Такую позу вполне можно считать оборонительной. Однако очень сложно её отличить от позы, занятой по причине неудобного кресла, общераспространенной посадки «нога на ногу» у жен-

щин, распространенной у американцев посадки типа «замок», которую переняли и европейцы.

Поэтому важно соотносить эту позу с другими телодвижениями собеседника, контекстом беседы, интонациями разговора.

Скрещенные щиколотки могут свидетельствовать как о негативном отношении собеседника к чему-либо, так и об испытываемом им страхе, нервозности.

Иногда люди принимают позу, когда ноги практически обвиваются одна вокруг другой и оказываются завиты в тугой узел.

Такая поза чаще всего показывает, что ваш собеседник категорически не настроен уступать, какими бы весомыми ни были ваши доводы. Переубедить его в этом случае вы вряд ли сможете, но постарайтесь хотя бы понять причину такого его отношения.

Использование метаязыка на переговорах.

Как бы ни была важна невербальная составляющая общения, словесная составляющая общения также чрезвычайно важна. Для успешного ведения переговоров важно знать, что существует метаязык – слова и фразы, которые позволяют узнать подлинные мысли и чувства собеседника. Этот язык, как и язык тела, во многом основан на интуиции, предчувствии, «шестом чувстве» и понимании, что слова и мысли собеседника – совсем не одно и то же.

Эта область человеческого общения наименее формализуема, однако есть достаточно большое количество фраз и слов, являющихся «типовыми» в этом языке.

Еще одно определение метаязыка – язык, который изменяет истинный смысл выраженного обычным языком. Например, риэлтор характеризует продаваемую недвижимость и использует выражение «это компактный дом». Переводом, раскрывающим истинный смысл сказанного, будет «очень тесный».

Также им могут быть использованы и другие фразы метаязыка, приведенные ниже.

Таблица 1. Фразы на метаязыке и их истинный смысл

Фраза на метаязыке	Истинный смысл сказанного
Исключительно спокойный тихий район	Поблизости ни магазина, ни школы, ни поликлиники
Близость городского транспорта	Стоянка автобусов прямо у дома
Окна на солнечную сторону	Все окна на запад
Очень оригинальная планировка	Туалет на улице

Распространенными словами в разговоре являются «понимаете», «ну, вы понимаете». Это способ сказать «я знаю, что выражаюсь, не слишком ясно, но вы все же достаточно разумны, чтобы понять, что я имею в виду». «Ну, ...» – часто своего рода извинение за то, что говорящий не может подобрать правильного слова.

Таким образом, успех любого делового общения в значительной мере зависит не только от умения вербально подавать информацию, но и от того, как она подаётся. Именно поэтому особое внимание следует обращать на манеру поведения, позы, жесты, мимику собеседника. Понимание невербальных средств общения позволяет более точно определить позицию партнёра по контакту, уловить его скрытые намерения, осуществить обратную связь, которая играет определяющую роль в процессе делового взаимодействия. Изучив язык жестов, мимику, манеру поведения и прочее, можно не только лучше понять собеседника, но и определить, какое впечатление произвело на него услышанное ещё до его высказывания.

В книге французского психолога Франсуа Сюзже «Правда о жестах» есть ряд интересных актов. Оказывается, при общении люди придают словам лишь 7 % значимости, интонации – 38, а мимике и жестам – 55 %. Всего один жест может полностью изменить смысл произнесённых слов.

Тема 7 ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Важными требованиями к документам, используемым в процессе выполнения управленческих функций, является стандартизация и унификация документации. Они проявляются в определённой структуре, расположении на листе текстового материала, использовании определённого шрифта.

В Федеральном законе РФ от 27 ноября 1994 г. дается определение понятия «документ»: «Документ – это материальный объект, имеющий юридическую (правовую) значимость с зафиксированной на нем информацией, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях его хранения и использования».

Требования к документам, изложенные в ГОСТ Р6.30-2003, применяются при оформлении документов и других систем документации. Стандарт перечисляет максимальный набор реквизитов, которые могут встретиться при составлении, оформлении и обработке документов, используемых в управлении. ГОСТ Р6.30-2003 устанавливает 30 реквизитов. В зависимости от специфики документа общий состав его реквизитов может варьироваться.

Состав реквизитов документов

01	Государственный герб РФ	16	Гриф утверждения документа
02	Герб субъекта РФ	17	Резолюция
03	Эмблема организации, товарный знак	18	Заголовок к тексту
04	Код организации	19	Отметка о контроле
05	ОГРН юридического лица	20	Текст документа
06	ИНН/КПП	21	Отметка о наличии приложения
07	Код формы документа	22	Подпись
08	Наименование организации	23	Гриф согласования документа
09	Справочные данные об организации	24	Визы согласования документа
10	Наименование вида документа	25	Оттиск печати
11	Дата документа	26	Отметка о заверении копии
12	Регистрационный номер документа	27	Отметка об исполнителе
13	Ссылка на регистрационный номер и дату документа	28	Отметка об исполнении документа и направлении его в дело
14	Место составления или издания	29	Отметка о поступлении документа
15	Адресат	30	Идентификатор электронной подписи

Как правило, документ составляется и оформляется на основе правил и требований принятого стандарта – Единой государственной системы делопроизводства (ЕГСД). Форма документов разных видов унифицирована.

В тексте документа обычно выделяются две смысловые части: в одной излагаются причины, основания и цели составления документа, в другой – выводы, предложения, просьбы, рекомендации, распоряжения.

Различают две категории документов: для внешнего и внутреннего пользования.

Документы не однородны по степени унификации и стандартизации. Одну группу составляют документы, в которых единообразной является не только форма, но и типовое содержание. В другую группу входят документы, имеющие унифицированную форму, но вариативное содержание, т.е. они значительно различаются по имеющейся в них информации.

В организации существует следующая организационно-распорядительная документация (ОРД), применяемая при оформлении распорядительной и исполнительной деятельности аппарата и играющая особую роль среди всех других систем управленческой документации:

- организационные документы;
- распорядительные документы;
- информационно-справочные документы.

В организации существует также служба документационного обеспечения управления (ДООУ), которая должна принимать к обработке только правильно оформленные документы, имеющие юридическую силу и присланные в полном комплекте (при наличии приложений).

Конкретный набор реквизитов для каждого документа определяется его видом. Отдельные реквизиты являются обязательными для каждого документа, независимо от его вида. Отсутствие таких реквизитов лишает его юридической силы. К обязательным реквизитам, прежде всего, относятся постоянные реквизиты, входящие в состав бланка документа; они заранее наносятся на стандартный лист бумаги типографским способом или с

помощью специального штампа и образуют официальный бланк документа.

Организационными документами называется комплекс взаимосвязанных документов, регламентирующих структуру, задачи и функции предприятия, организацию его работы, права, обязанности и ответственность руководства и специалистов предприятия. Организационными документами являются: устав, структура и штатная численность аппарата управления, штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка, положение о структурном положении предприятия, должностная инструкция работника.

Распорядительные документы регламентируют деятельность предприятия и создаются в основном посредством издания приказов директором предприятия. По содержанию приказы делятся на два вида: основной деятельности и по личному составу. Распорядительными документами являются: приказ, распоряжение, указание, инструкция.

Приказ по основной деятельности является нормативным документом, отражающим управленческие решения по вопросам производственно-хозяйственной деятельности, планирования, отчетности, финансирования, кредитования, реализации продукции, внешнеэкономической деятельности, совершенствования структуры и организации работы предприятия.

Информационно-справочные документы отражают процессы принятия управленческих решений и сами решения. Документирование хода производственных совещаний и оформление документов возлагаются на сотрудника, ответственного за ведение работы с документами.

Информационно-справочными документами являются: протокол, акт, письмо, докладная и объяснительная записки, справка, телеграмма, телефонограмма и др.

Каждому человеку в своей жизни приходится иметь дело с оформлением различных документов. Сейчас это все чаще делается с помощью компьютера. Но независимо от того, пишется ли документ от руки, печатается ли на пишущей машинке или с помощью ПК, его оформление подчиняется определенным правилам. Единые требования и правила оформления документов уста-

навливаются государственными нормативными актами. Они обеспечивают:

- юридическую силу документов;
- их оперативное составление и использование;
- быстрый поиск;
- возможность автоматизации операций.

Бланк и оформление текста.

Бланк, используемый для документа, представляет собой лист бумаги стандартного формата с воспроизведённым типографским способом обязательными элементами (реквизитами, указанными выше), расположенными в определённом порядке. Остальные реквизиты в печатаются машинописным способом или на компьютере.

Текст документа рекомендуется печатать через 1,5 интервала. Документы мелкого формата допускается печатать через один интервал. Если документы предполагается издать типографским способом, они печатаются через два интервала.

Конкретный набор реквизитов для каждого документа определяется его разновидностью. Отдельные реквизиты являются обязательными для каждого документа независимо от его вида.

К обязательным реквизитам, прежде всего, относятся постоянные реквизиты. Они заранее наносятся на стандартный лист бумаги типографским способом, с помощью компьютера или (реже) специального штампа, и образуют официальный бланк документа.

Применение бланков сокращает время, затрачиваемое на составление документа, повышает культуру документационного обеспечения управления.

Установлено два стандартных формата бланков документов – А4 (210*297 мм) и А5 (148*210 мм).

Каждый лист документа, оформленный как на бланке, так и без него, должен иметь поля не менее:

- 20 мм – левое;
- 10 мм – правое;
- 20 мм – верхнее;
- 20 мм – нижнее.

Для организации, её структурного подразделения, должностного лица устанавливают следующие виды бланков документов: общий бланк, бланк письма, бланк конкретного вида документа.

Правила деловой переписки.

Служебная переписка – это важная часть делового этикета. Конечно, каждое письмо должно быть строго индивидуально: на него накладывают отпечаток, прежде всего, адресат, конкретная ситуация, личность и должность пишущего. Предполагает определённую долю творчества, но, тем не менее, существуют и общие правила деловой переписки.

Переписка – это общение в миниатюре. Грамотная, толковая деловая переписка способствует увеличению оборота фирмы, предприятия, улучшению взаимосвязи различных служб, повышению квалификации, установлению прочных связей с потребителями.

Одно из главных требований к письму – оно не должно быть длинным. Если хотите, чтобы ваше письмо прочли, постарайтесь уложиться на полтора страничках машинописного текста, а ещё лучше – на одной странице. Хорошее письмо, как и выступление, должно быть чётким и ясным. Это второе требование к письму. Третье правило – старайтесь избегать в деловом письме многосложных, непонятных (иностранных, сугубо специальных) слов и выражений. Предложения должны быть короткими, чёткими, ясно сформулированными. Лаконичные письма, написанные односложными словами, характеризуют пишущих как хороших собеседников, владеющих искусством общения. В письмах не должно быть лишних прилагательных, наречий, что часто делает стиль излишне «цветистым».

Письмо также должно отражать индивидуальность автора, отдела или компании, где он работает. Из письма должно быть ясно, что это за компания, чем она занимается, прочно ли стоит на ногах и т.д. Это ещё одно требование к служебному письму.

Однако, приложите максимум усилий, чтобы заинтересовать адресата, чтобы ваше письмо запомнили. Используйте чувство юмора (такие письма, как правило, быстрее читаются и прочнее запоминаются). Такое письмо показывает, что его готовила личность.

Схема делового письма.

Дата:

Кому:

От кого:

Тема:

Я рад сообщить о том, что... (имя, отчество) способствовал (активно, успешно) развитию нашей фирмы (отдела) с момента её создания. Он является главным разработчиком проекта № 3 ... (имя, отчество), будет и впредь оказывать всемерное содействие созданию и дальнейшему развитию нашей компании.

Мы поздравляем с ... и желаем Вам новых успехов.

Подпись

При деловой переписке надо запомнить. Что впечатление, производимое письмом на адресата, зависит от таких «мелочей», как конверт, бланк фирмы, содержание письма. Не пожалейте времени, если даже вам кажется, что письмо написано безупречно, отложите его отправку ещё на некоторое время, перечитайте ещё раз. Как правило, найдутся неточности, излишне эмоциональные выражения. Исправьте их, а уж потом отправляйте. Особенно важно соблюдение этого правила при ответах на жалобы клиента. Не стремитесь отписаться, отделаться от клиента – это непростительная ошибка. Недовольство клиента работой фирмы распространяется гораздо быстрее, чем добрая слава о ней.

Постарайтесь начинать письмо дружески – это вызывает у получателя добрые чувства к автору.

Виды деловой корреспонденции.

Специалисты по переписке делят корреспонденцию на следующие виды:

- торговые соглашения, сделки и другая подобная корреспонденция;
- ответные письма с благодарностью;
- поздравления;
- извинения;
- требования и запросы;
- соболезнования.

Эти шесть видов корреспонденции в свою очередь делят на две категории: *формальные и неформальные.*

Служебные записки тоже делятся на следующие виды:

- распоряжения по кадровым вопросам, внутреннему распорядку учреждения, правила работы;
- благодарности, поздравления;
- напоминания, просьбы, проведение мероприятия.

В неформальной деловой переписке часто используются сокращения, односложные слова и прилагательные: они создают впечатление близкого знакомства, теплоты, взаимной симпатии. Такие прилагательные, как *добросердечный, умелый, отзывчивый, изумительный, прекрасный и т.п.* сближают автора письма и его адресата. Они передают эмоциональное состояние. Показывают, насколько объективен или субъективен автор письма, может быть. Он готовил его, руководствуясь лишь эмоциями.

Существует много способов подготовки корреспонденции. Но выделим наиболее общие вопросы:

Что нужно потенциальному клиенту?

Каковы его основные заботы?

Какие сомнения его тревожат?

Каковы его финансовые соображения?

Били ли у него какие-либо проблемы, которые беспокоят его до сих пор?

Какие у него цели?

И ещё один немало значащий момент: письмо должно строиться по схеме: *внимание – интерес – просьба – действие*.

Надо только помнить, что, формулируя просьбу, предоставьте адресату ограниченный выбор вариантов. Чем меньше вариантов, тем больше вероятность успеха.

Электронная почта.

Почта – один из самых важных инструментов делового общения. Вся деловая жизнь происходит при помощи электронной почты. Если не следить за порядком в деловой переписке, то очень быстро можно задохнуться под завалами писем, и тогда электронная почта станет не помощником, а главной помехой в наших делах.

Электронная почта представляет собой массовое средство электронных коммуникаций, характеризующееся высокой скоростью и надёжностью доставки корреспонденции, относительной низкой стоимости услуг.

Иногда проще позвонить и решить все вопросы по телефону, но иногда лучше писать. И вот почему:

1. Вы можете отвлечь человека от важных дел;
2. Телефонный разговор не фиксирует договорённости. Например, вы изменили время встречи или сообщили об отмене обязательств, но ни у вас, ни у собеседника не останется письменного подтверждения того, о чём вы договорились. А это означает, что все ваши договорённости можно легко оспорить.

Любая переписка может быть переслана другим людям, опубликована в интернете, отправлена нотариусу и будет иметь юридическую силу. Важно об этом помнить, когда отправляете письмо или сообщение. В случае судебного разбирательства переписка может быть использована как доказательство.

Поэтому ВАЖНО в почте НЕ ПИСАТЬ:

1. Конфиденциальную информацию (PIN-коды, пароли, коммерческие тайны);
2. Обсуждение и планирование незаконных действий (даже в шутку);
3. Оскорбления и резкие эмоциональные высказывания в адрес собеседника;
4. Негативные суждения о других людях;
5. Ироничные и саркастические высказывания и насмешки над другими людьми.

Не используйте личную почту для рабочих целей. Вообще стоит относиться к корпоративной почте как к собственности организации, в которой вы работаете, а не вашей личной. Если возникнет необходимость кому-то из коллег что-то найти в вашей почте, вы спокойно сможете предоставить доступ к своему аккаунту и не переживать, что ваша личная переписка будет рассекречена. Кроме того, если у вас аккаунт на корпоративном домене, то, скорее всего, сотрудники IT-отдела имеют доступ к вашему почтовому ящику и могут читать вашу переписку.

Выберите подходящее название почтового ящика.

Когда вы, мои студенты, присылаете мне письма с почтового ящика с адресом, например, kisa287@, ponchik111111@, я объясняю, что эти прозвища подходят для личной почты, но не для деловой переписки. Лучше всего, если ваша почта является про-

изводным от вашей фамилии и имени. Например, ivanov@. Год рождения в название электронной почты включать не нужно.

Да, и освежите в памяти названия букв в английском алфавите, который мы почему-то сразу забываем, как только начинаем диктовать адрес своей электронной почты: «эс как доллар, у как русское и, и с точечкой, игрек как русское и». Вообще это выглядит смешно и неуважительно по отношению к нашему собеседнику.

Сообщение состоит из заголовка и непосредственно тела сообщения. Почтовое сообщение имеет следующую структуру:

1. Заголовок – записывается в определённых строках окна для передачи сообщения. В состав заголовка входят электронные адреса получателя и отправителя, тема сообщения, дата отправки и т.д;
2. Тело сообщения – пересылаемый текст;
3. Электронно-цифровая подпись – может отсутствовать.

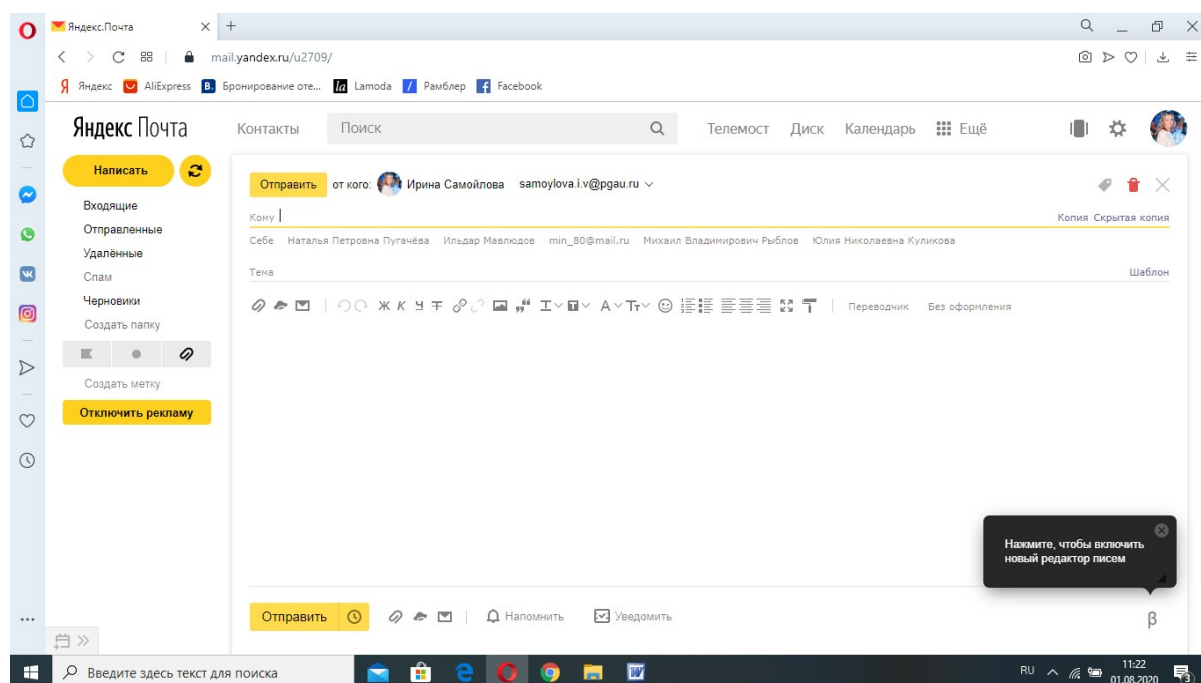


Рисунок 6. Редактор писем в Интернете

Пишите письмо снизу вверх.

Часто бывают такие ситуации: вы пишете в письме: «Отправляю вам образец договора», нажимаете: «Отправить» и по-

нимаете, что образец договора вы и не прикрепили. Посылаете письмо вдогонку.

Чтобы избежать такой ситуации, пишите письма всегда снизу вверх.

1. Собираетесь отправить файл? Значит, сначала прикрепляйте файл.

2. Напишите краткое пояснение, что это за файл и почему получатель должен вскрыть его.

3. Сформулируйте ему цель письма, впишите в нужное поле.

4. Перечитайте.

5. Теперь можно вписать адресата.

Адрес получателя всегда пишите в последнюю очередь. В том числе для того, чтобы случайно неаккуратным движением не отправить недописанное письмо.

Пишите настолько короткое письмо, насколько это возможно.

Короткое письмо, в котором вы очень чётко сформулировали свои мысли, – это дань уважения вашему собеседнику. За несколько секунд собеседник должен понять, что вы от него хотите. Чтобы не показаться грубым в коротком письме, используйте все необходимые формы вежливости (обращение, приветствие, представление, прощание, подпись).

Если вам нужно получить быстрый ответ, то задайте вопрос так, чтобы человеку легко было на него ответить.

ПЛОХО:

«Нам бы стоило подумать, как провести итоговую конференцию» – вряд ли получатель сразу ответит на это письмо сразу. Вы предложили ему подумать. Он пойдёт думать.

ХОРОШО:

«Давайте встретимся в четверг, чтобы обсудить итоговую конференцию. В какое время вам удобно?» – человек понимает, что ему нужно посмотреть в календарь и написать ответ.

Давайте всю необходимую информацию, не заставляйте собеседника переспрашивать.

Когда отправляете письмо, постарайтесь сделать так, чтобы человеку для ответа и принятия решения не нужно было что-то дополнительно искать. Если говорите про какую-то новость, дайте на неё ссылку. Если упоминаете какой-то документ, прикрепите

те его к письму. Если просите с кем-то связаться, дайте сразу его контакты.

Всегда пишите тему письма.

Каждое письмо должно содержать тему. В огромном потоке сообщений важно, чтобы ваше письмо легко было отыскать. Не пишите в теме «СРОЧНО!!!». Тему письма не пишите заглавными буквами с восклицательными знаками: такие письма почтовые сервисы воспринимаются как спам и отфильтровывают в папку с нежелательной почтой.

Работа с вложениями.

Если вы отправляете человеку файл, то обязательно в сопроводительном письме напишите, что в нём содержится.

Что не нужно отправлять в файлах?

- Не отправляйте текст письма отдельным файлом. Текст пишите непосредственно в письме.
- Не отправляйте файлы в нераспространённых форматах, которые открываются не на всех компьютерах.
- Не отправляйте сканы и фотографии текстовых файлов, если собеседнику нужно будет работать с текстом.

Если вы отправляете картинки, то не вставляйте их непосредственно в письмо. Их неудобно сохранять и пересылать.

Если вам нужно отправить тяжёлый файл, то загрузите его в файлообменник, а по почте отошлите ссылку.

Называйте файлы так, чтобы получатель без труда нашёл их на своём компьютере.

Время отправки.

Не пишите рабочих писем в нерабочее время. Особенно по ночам. Сейчас практически каждый владелец смартфона имеет приложение с почтой, которая оповещает о новых письмах. Если вы присылаете письмо ночью, то, скорее всего, оно разбудит вашего адресата. Практически во всех почтовых сервисах есть функция отложенной отправки письма. Установите время, когда письмо будет отправлено, и не тревожьте коллег в нерабочее время.

Время ответа на письмо.

В корпоративных стандартах обычно указывается, что срок ответа на письмо – сутки.

Приветствие в письме.

Здоровайтесь, когда пишете письмо. И никогда не пишите: «Доброго времени суток» – это избитый штамп, который не имеет смысла. Можно написать: «Добрый день», «Добрый вечер», можно использовать нейтральное «Здравствуйте».

Обращения.

Основной принцип прост: обращайтесь так, как представляется собеседник. Если он дал визитку, на которой написано Василий Петрович, то пишите «Василий Петрович». Если собеседник прислал письмо, а в подписи стоит «Катя», значит, обращайтесь: «Катя».

Не пытайтесь восстановить полное имя: можете ошибиться, некоторые не любят своё полное имя.

Если вы обращаетесь к собеседнику неполным именем, то не используйте сокращённую форму (Оль, Ань, Юр), только Оля, Анна, Юра.

Не используйте уменьшительно-ласкательные формы. Анечка, Димочка, Ирочка – всё это может считываться как ваше отношение сверху вниз к собеседнику и расцениваться как покушение на личные границы.

На «Вы» или на «вы».

Мы пишем «Вы» с большой буквы, когда обращаемся к одному человеку в официальном письме и нам очень важно подчеркнуть наше уважительное к нему отношение. Здесь действует правило речевого этикета.

Если мы обращаемся к нескольким (даже очень уважаемым людям), то пишите «вы» с маленькой буквы.

Представляться.

В письмах незнакомым людям всегда представляйтесь, независимо от того, есть ли у вас подпись внизу письма, – не заставляйте собеседника проматывать письмо вниз, чтобы понять, с кем он имеет дело.

Напишите своё имя, при необходимости должность и причину, по которой вы решили человеку написать. Можете также сообщить ему, при каких обстоятельствах вы познакомились.

Подпись.

Каждое письмо должно содержать подпись. В подписи укажите: ваше имя, должность и организацию, альтернативные способы связи с вами (телефон).

Не используйте в подписи инициалы. Напишите ваше имя полностью – так, как вы хотите, чтобы к вам обращались.

Настройте автоматическую подпись, чтобы не приходилось каждый раз думать о том, какие данные указать.

Орфографические ошибки и пунктуация.

Тексты с ошибками говорят не только о безграмотности автора, но и о неуважении к собеседнику. Особенное неуважение выдают опечатки – правила вы могли и не знать, но опечатку при перечитывании точно обнаружили бы. Торопливость могут счесть неуважением к собеседнику.

Также важно соблюдать общие пунктуационные правила русского языка. Однако некоторые знаки препинания имеют свою окраску и дополнительный смысл. Например, многоточия не годятся для деловой переписки, они подходят для эпистолярного жанра и любовных писем. Скобочки как бы говорят: то, что находится внутри них, не так важно. Несколько знаков вопроса или восклицания подряд воспринимаются так, будто вы повышаете голос на собеседника.

И уж конечно, старайтесь избегать забора из знаков препинания: !!!!! или ?????? – такое может быть воспринято собеседником как агрессия.

Шрифты и оформления.

Использовать разные шрифты и раскрашивать их – это дурной тон. Не надо думать, какой шрифт выбрать, просто используйте тот шрифт, который в вашей почте стоит по умолчанию. Он гарантированно отобразится корректно у получателя тоже шрифтом его почты по умолчанию, то есть таким, к которому пользователь уже привык.

Избегайте цветных шрифтов, не раскрашивайте слова в разные цвета. Если очень нужно что-то выделить, то используйте жирный шрифт или курсив. Не используйте подчёркивание: для большинства пользователей подчёркивание означает гиперссылку. Адресаты будут «кликать» на неё, думая, что перед ними активная ссылка.

Не пишите заглавными буквами. Жирного шрифта и курсива вам вполне хватит. Заглавные буквы, употреблённые не по назначению, могут производить впечатление агрессии или повышенного голоса.

Смайлы.

Со смайлами в переписке нужно быть осторожными. Смайлы – признак неформального общения. В официальной переписке смайлы могут быть истолкованы неоднозначно: будто вы заигрываете, заискиваете, нарушаете дистанцию или ведёте себя фамильярно.

Если отправляете смайлы в почте, то у получателя они не всегда отображаются корректно. А значит, собеседник не получит дополнительного смысла, который вы вкладывали в свой смайлик.

Итак, как написать письмо, которое приятно получить.

- Письмо отправлено с понятного адреса.
- Оно имеет конкретную тему.
- Если это рабочее письмо, то оно должно прийти в рабочее время.
- Письмо хорошо структурировано и разбито на абзацы.
- Письмо написано без орфографических и пунктуационных ошибок, без опечаток, даже если написано в спешке.
- Письмо не содержит конфиденциальной информации и того, что не должны увидеть другие люди.
- Оно содержит всю необходимую информацию: ссылки на источники, факты, контакты, справку, нужные файлы.
- При этом письмо настолько короткое, насколько это возможно.
- Обещанные файлы прикреплены и названы понятно и конкретно.
- Все тяжёлые файлы загружены на файлообменник и отправлены ссылкой.
- В подписи есть вся необходимая информация: имя, фамилия, должность, название организации, альтернативный способ связи.

Тема 8 ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ

Мы уже давно перестали выходить в интернет. Мы в нем живем: нанимаемся на работу, находим спутника жизни, общаемся с друзьями и родственниками. Раньше о людях судили по одежке, теперь судят по их умению писать грамотные электронные письма и по профилям в социальных сетях.

Однако до сих пор нет единого мнения о том, что считать пристойным или, наоборот, неприличным поведением в интернете. Мы поступаем так, как привыкли, иногда даже не задумываясь о том, что можем доставлять кому-то неудобства.

Когда же появился цифровой этикет?

Впервые правила поведения в Сети сформулировала Вирджиния Ши в книге «Нетикет» (Сетевой этикет (сетикет, нетикет – неологизм, является слиянием слов «сеть» (англ. net) и «этикет») – правила поведения, общения в Сети, традиции и культура интернет-сообщества, которых придерживается большинство). Книга вышла в 1994 году в Сан-Франциско и содержит 10 заповедей о том, как вести себя в киберпространстве.

Десять заповедей от Вирджинии Ши.

1. Помните, что вы говорите с человеком, а не с компьютером, и можете его ранить.

2. Придерживайтесь тех же правил и стандартов поведения, которых вы придерживаетесь в реальной жизни.

3. Учитывайте, где вы находитесь в киберпространстве: нетикет меняется на разных площадках.

4. Уважайте время и трафик других людей: не заставляйте никого тратить их попусту.

5. Позаботьтесь о том, как вы «выглядите»: пишите грамотно о том, в чем разбираетесь, и будьте вежливы.

6. Делитесь вашим опытом и знаниями.

7. Держите под контролем конфликтные ситуации.

8. Уважайте чужую частную жизнь и не читайте чужую переписку.

9. Не злоупотребляйте вашей властью.

10. Прощайте людям ошибки: когда-то вы тоже были новичком.

Интернет за последние время сильно изменился, но заповеди Вирджинии Ши до сих пор не потеряли актуальности. Самое

важное, что произошло за эти годы, — пользователи в интернете перестали быть анонимными и обрели возможность создавать свою виртуальную личность. Это сильно сказалось на поведении пользователей в Сети и представлениях о вежливости.

Во времена тотальной анонимности в интернете, когда все сидели на форумах под вымышленными никами, никого особо не беспокоило то, насколько мы экологично существуем в Сети. Анонимность развязывала людям язык, многих опьяняло ощущение собственной безнаказанности и вседозволенности, а потому первые правила поведения на форумах предписывали нам, казалось бы, очевидные вещи: быть вежливыми, не оскорблять собеседников, не браниться и не переходить на личности. Такие правила были оправданны.

Сегодня в интернете мы практически везде действуем при помощи своего виртуального «аватара» — профиля в социальной сети, аккаунта электронной почты или номера телефона. То есть все наши действия уже не анонимны. Если я решу кому-нибудь грубо нахамить в *Facebook*, то все будут точно знать, что нахамила именно я. Открытость и авторизованность привели к тому, что пользователи стали серьезнее задумываться о своей цифровой репутации, понимая, что хамство незамеченным не пройдет.

Современная цифровая вежливость — это уже не просто необходимость избегать бранных выражений. Цифровая вежливость сегодня — это такое взаимодействие, которое не будет доставлять собеседникам лишних неудобств, сделает общение эффективным и сэкономит всем время, силы и трафик. Поэтому и возникает запрос на цифровой этикет.

Для чего нужен цифровой этикет?

Цифровой этикет помогает людям избежать неловкостей в общении и предлагает готовые инструкции, как вести себя в разных ситуациях в Сети. Это позволяет повысить эффективность работы, улучшить взаимоотношения с клиентами, коллегами и партнерами, улучшить деловую репутацию, защитить свои границы да и попросту быть приличным человеком.

На каких принципах основан цифровой этикет?

Многие принципы цифровой этикет заимствует у светского этикета.

1. Соблюдение личных границ: мы не приходим в гости без приглашения, чтобы не нарушать личные границы человека. В цифровой среде появляется понятие цифровых границ, и мы тоже должны их соблюдать.

2. Экономия ресурсов (времени и сил): многие правила этикета созданы для того, чтобы сделать нашу жизнь удобнее, то есть сэкономить силы, время или деньги. К примеру, мы сначала выпускаем людей из помещения, а потом сами входим, чтобы в помещении не было давки, то есть, экономим время и силы. Этот же принцип работает и в цифровой среде: мы должны думать о том, чтобы общение отнимало как можно меньше сил, времени и трафика собеседника.

3. Дань традиции: в светском этикете, к примеру, мужчины снимают шляпу при входе в помещение, как рыцари при приветствии поднимали забрало, демонстрируя свои мирные намерения. Так и в цифровом мире постепенно складываются свои собственные законы и традиции.

4. Демонстрация уважения: мы говорим «пожалуйста» и «спасибо», мужчина подает руку женщине – все для того, чтобы продемонстрировать свое уважение к собеседнику и заботу. В цифровом пространстве этикет также рекомендует нам демонстрировать уважение, которое выражается и в вежливой речи, и в заботе об удобстве нашего собеседника.

Когда нужен цифровой этикет?

Этикет нам нужен, когда нет никакой договоренности о том, как мы общаемся. Сравните со светским этикетом: если мы договорились дома, что все едим руками из одной тарелки, то нам уже ни к чему знать, в какой руке держать вилку и нож. Однако если мы встречаемся с человеком, с которым еще не договорились о своих собственных правилах поведения, нам придется использовать те традиции, которые уже сложились и предписывают нам взять в правую руку нож, а в левую – вилку. Так же и с цифровым этикетом: если вы договорились со своими друзьями, что отправляете друг другу по ночам голосовые сообщения, то никто из вас не будет жаловаться и раздражаться. Однако если вы пишете незнакомому человеку, то будете использовать те правила, которые приняты по умолчанию, – писать на рабочую электронную почту в дневное время.

Как и светский этикет, цифровой этикет не является обязательным: если мы будем чавкать в ресторане, нас не выгонят из-за стола, так же и в интернете, за раздражающее поведение нас могут только забанить на отдельных площадках, что не помешает нам продолжать бесить людей на других сайтах. То есть этикет носит, скорее, рекомендательный, чем обязательный характер.

До сих пор нет единого актуального свода правил поведения в интернете – пособия, которое подсказывало бы, как корректно вести себя в социальных сетях, мессенджерах, электронной почте. О том, что какой-то тип поведения нежелателен, мы узнаём, когда получаем обратную связь от коллег или комментарии от подписчиков.

Цифровая среда изменяется стремительно, меняются и наши представления о приличном поведении в Сети. Например, вежливо ли добавлять в друзья в соцсетях незнакомых людей? А если у вас много общих знакомых? Прилично ли выкладывать селфи в купальнике? А если вы учительница и вас читают ваши ученики? Нужно ли спрашивать разрешения у человека, если вы планируете дать его электронную почту кому-то из своих знакомых? Или все контакты сегодня есть в открытом доступе и не являются тайной? На эти вопросы нет однозначных ответов. Именно поэтому сейчас так остро ощущается необходимость формирования цифрового этикета.

Гаджеты и цифровой этикет offline (не в сети).

Начинается цифровой этикет еще до того, как мы открываем окно чата или вкладку электронной почты. Цифровой этикет начинается, когда мы берем в руки гаджет.

На встрече доставайте телефон только по необходимости.

Если у вас встреча (деловая или дружеская), лучше вообще не доставать телефон из сумки или из кармана. Телефон на столе будет сигналом для вашего собеседника, что разговор для вас не так важен, как те новости, которые вам может принести смартфон. Если уж вы очень ждете звонка или письма, то оставьте телефон на столе, предупредив, что можете прерваться, если потребуется срочно ответить на сообщение.

Кстати, правило о том, что телефон не надо класть на стол, теперь включают и в светский столовый этикет (Дороти Джонсон даже назвала книгу о современном этикете «Не кладите смартфон

на стол»). Правда, вместе с телефоном светский этикет не рекомендует класть на стол сумку, перчатки, кошелёк и лекарства.

Если не достать телефон вы не можете, то положите его на столе экраном вниз, чтобы мелькание экрана от уведомлений не отвлекало ни вас, ни собеседника.

Если вы планируете использовать ноутбук на встрече или ждете звонка и потому положили телефон на видное место, объясните собеседнику, зачем используете гаджет. Это снимет лишние вопросы и возможную неловкость. Ваш собеседник не будет думать, что вы все время отвлекаетесь, глядя только в монитор или посматривая на экран телефона.

Внимательное отношение к собеседнику – залог успешного разговора.

Не фотографируйте, не записывайте видео и не пишите на диктофон без согласия собеседника.

Сегодня любое наше действие может быть зафиксировано и «опубличено». И мы не всегда этого хотим. Поэтому обязательно предупредите собеседника, если вы собираетесь что-то записывать или фотографировать. Сообщите также причину, по которой вы собираетесь это сделать. Он может согласиться или отказаться от записи, и вам нужно учитывать его мнение.

Если кто-то захочет записать вас (например, ваш доклад или совещание), вы можете от этого отказаться или попросить не использовать запись.

Отключайте звук телефона.

Иначе общественное пространство, например, офис или *open-space*, наполняется бесконечной какофонией. Каждый хочет сделать свои уведомления погромче, чтобы среди чужих уведомлений не пропустить свои. Фоновый шум повышается. Люди ещё увеличивают громкость своих телефонов. Фоновый шум еще больше повышается. И это замкнутый круг. Никто не может сосредоточиться, все нервничают, работать становится невозможно.

Поэтому если вы работаете в кабинете, в котором находится несколько человек, то переведите телефон в беззвучный режим. Если вам часто звонят, то лучше и вибрацию отключить, потому что она может тревожить окружающих.

Звук вызова должен быть максимально нейтральным. В некоторых компаниях даже запрещают заменять звуки гудка на рингтоны.

Какую громкость сигналов установить на телефоне? Ориентируйтесь на уровень шума вокруг. Например, если вы гуляете в толпе футбольных фанатов, то максимальная громкость будет вполне уместна, однако если вы смотрите спектакль в театре, то даже вибрация может доставить неудобства и вам, и окружающим.

Уведомления должны оповещать одного человека, а не всех вокруг. А у некоторых приложений звуковой сигнал вообще можно отключить. Это снизит уровень тревожности и повысит вашу продуктивность.

Смартфон в театре и кино.

Принято думать, что достаточно перевести телефон в виброрежим, и тогда он не будет беспокоить окружающих. Но вспомните, например, когда вы сидите в театре, и в самый кульминационный и драматический момент спектакля у кого-то начинает вибрировать телефон. Это, конечно, лучше, чем зажигаемая ламбада, но тем не менее окружающих отвлекает ничуть не меньше.

Кроме звука в театре и кино нужно отключить и яркость экрана телефона. Вспомните, как неприятно, если человек, сидящий рядом с вами, начинает копошиться в своем смартфоне: яркий свет экрана в полной темноте режет глаза и мешает сосредоточиться на том, что происходит на сцене. Поэтому обязательно приглушайте яркость экрана, если вам нужно заглянуть в смартфон во время фильма или спектакля.

Но лучше постарайтесь проверить почту и мессенджеры до того, как началось представление, а на время сеанса совсем отключить телефон.

Предупреждайте о звонке заранее.

Если вы рассчитываете на длинный и конфиденциальный разговор, то старайтесь не звонить людям без предварительной договоренности. Предупредив заранее, вы позволите собеседнику подготовиться: выбрать подходящее уединенное место, освободить время от других дел.

Важно знать, что звонки по телефону многими воспринимаются как вторжение в личное пространство. Как если бы вы

пришли в гости без предупреждения. Чтобы избежать такой ситуации, договоритесь заранее о времени и длительности звонка.

Если вы позвонили, но вам не ответили, не стоит сразу перезванивать.

Скорее всего, вам не ответили, потому что человек был занят в этот момент. Не стоит набирать номер повторно немедленно. Иначе вашему собеседнику придется сильно понервничать, гадая, почему так настойчиво ему звонят, не случилось ли чего. Перезвоните через час-два, когда собеседник предположительно освободится. Если вопрос срочный, то напишите СМС, в котором представьтесь, расскажите, по какому вопросу звоните, и спросите, когда удобно перезвонить. Тогда собеседник не будет нервничать, сможет подготовиться к разговору или дать ответ в СМС.

Не звоните с телефона, на который невозможно перезвонить или отправить с него СМС.

Старайтесь не звонить с номера, на который невозможно перезвонить. Например, с многоканального городского телефона. Представьте ситуацию: человек ждет важного звонка. Вы звоните ему с неизвестного номера. Собеседник не успевает взять трубку, перезванивает и слышит приятный голос: «Здравствуйте. Вы позвонили в компанию “Альфа Центавра”. Если вы знаете дополнительный номер абонента, введите его». Он о компании такой раньше не слышал, дополнительного номера абонента, конечно, не знает, да и вообще не понимает, кто ему звонил. Неприятная ситуация. Не заставляйте собеседника нервничать и по возможности на мобильный телефон звоните с мобильного.

Научитесь не смотреть в экран к собеседнику.

Если рядом с вами кто-то пользуется смартфоном, проверяет почту, пишет письмо, то, конечно, трудно не смотреть на экран – яркий свет гаджета неизбежно будет привлекать ваше внимание. Однако вспомните, как вы себя ведете, когда ваш знакомый оплачивает покупку банковской картой и набирает PIN-код: вы демонстративно смотрите не на клавиатуру терминала, а куда-то в сторону, под ноги или в свой смартфон. Если вы никогда еще этого не делали, то посмотрите, как виртуозно владеют этим искусством официанты, которые приносят вам терминал для оплаты. Это называется «демонстративная невнимательность». По-

старайтесь так же на что-нибудь отвлечься от смартфона вашего приятеля, который при вас проверяет почту или ведет переписку.

Если ваш знакомый дал вам телефон, чтобы вы там что-то посмотрели или прочитали, то смотрите только на те страницы, которые ваш знакомый вам показал, не пытайтесь листать страницы или нажимать на какие-то кнопки. Если вы увидите что-то лишнее, то можете смутить вашего собеседника, который сам не ожидал, что после той фотографии, которую он вам показывает, у него сохранены очень личные снимки. Если в то время, пока вы рассматриваете что-то на смартфоне, пришло сообщение, то сразу, не задерживая взгляд на сообщении, отдайте телефон вашему знакомому, чтобы не поставить его в неловкое положение.

Можно ли делать замечание, если вас что-то раздражает в поведении человека?

Если поведение человека рядом доставляет неудобства вам и окружающим или представляет серьезную угрозу, можно сделать тактичное замечание, например, если таксист во время движения пишет сообщения, пассажир ночного поезда играет в игру на планшете со звуком или ваш сосед в театре делает фото со вспышкой.

Сделайте это максимально вежливо, не обижая собеседника. Например, скажите, что вам это доставляет неудобства.

Просить чужой гаджет – дурной тон.

Попросить у кого-то ноутбук или телефон – примерно то же самое, что попросить воспользоваться чужой зубной щеткой. В российской действительности все смартфоны и компьютеры становятся такими же интимными личными вещами, как и зубная щетка. Поэтому три раза подумайте, прежде чем попросить кого-то одолжить вам свой гаджет.

Цифровой этикет делового общения.

Деловое общение сильно отличается от неформального общения. Деловое общение – это общение с нашими коллегами, партнерами, клиентами, представителями учреждений, услугами которых мы пользуемся. Как правило, с этими людьми мы не близко знакомы, между нами, скорее всего, официальные отношения, которые отличает субординация. Но самое главное – в наших отношениях с коллегами есть повышенная чувствительность к границам, своим и друг друга. В деловом общении мы на-

стороженно отнесемся к позднему ночному звонку, сообщениям на стене в социальной сети или голосовому сообщению в выходные дни. При этом зачастую мы позволяем все это нашим близким.

Из-за того, что в официальном и деловом общении границы и субординация имеют важное значение, существует множество справочников по деловому этикету, которые рассказывают нам, как одеваться на собеседование, как здороваться и жать руку, как вести себя за деловым обедом. Цифровой этикет делового общения мог бы быть таким же строгим. Но в настоящее время он еще не сформирован как догматичный свод правил, который мы могли бы использовать. А потому каждый раз нам приходится взвешивать то или иное решение и задумываться, не нарушает ли это чьих-то границ, экономит ли это ресурсы (время, силы, деньги), соответствует ли это сложившимся традициям.

Самый простой способ избежать этих мучительных раздумий («вежливо или невежливо будет, если я напишу новому клиенту в мессенджер?») – договориться в самом начале общения о своих правилах. Вы уже, скорее всего, так делали:

- «Где и как вам удобнее переписываться?»
- «Давайте общаться по почте, я отвечаю в течение нескольких часов, а мессенджеры и звонки – только для экстренных случаев».
- «Будет удобнее решать вопросы по телефону, потому что у меня не всегда бывает доступ к электронной почте».
- «По выходным я работаю, поэтому мне можно писать и в выходные».
- «После 9-ти я не проверяю почту».
- «Давайте пересылать файлы друг другу через файлообменник».

Если вы обговорили свои собственные правила, то уже все остальные правила обнуляются. Ваши личные договоренности становятся важнее тех правил, которые сложились и используются по умолчанию. Поэтому, чтобы избежать неловких моментов, лучше сразу обо всем договориться. Самое важное – обговорить три вопроса:

- предпочитаемый канал и способ связи;
- допустимое время для связи;
- экстренный (альтернативный) канал связи.

Как показывает опыт, обсуждения этих вопросов вам будет достаточно, чтобы избежать самых критичных моментов, которые могут нарушить личные границы и привести к ненужному раздражению – и вашему, и вашего собеседника.

Если вы находитесь в роли «старшего», то вы можете высказать пожелания, как лучше общаться. Если вы находитесь в роли «младшего», то, скорее, вам придется учитывать пожелания «старшего» собеседника. Однако в любой ситуации вы можете инициировать обсуждение каналов и способов связи. Если в отношениях нет иерархии, то здесь оба участника имеют право на формирование правил общения.

Если не было возможности обсудить правила общения или вам предстоит первый контакт с человеком, то старайтесь руководствоваться несколькими самыми важными правилами, из которых будут вытекать все остальные.

1. Соблюдайте границы личного пространства человека.

В любом справочнике по светскому этикету вы найдете много правил, которые направлены на то, чтобы защитить наши личные границы: соблюдайте личное пространство и не подходите к человеку ближе, чем на один метр, не трогайте человека при разговоре, не приходите в гости без предупреждения. Это позволяет нам чувствовать себя в безопасности и защищать свою приватность. Это же правило переносится и на цифровое общение. У каждого из нас есть свои цифровые границы и способ при помощи интернет-технологий их нарушить. Поэтому следите за тем, не вторгаетесь ли вы в чужое личное пространство и не вторгается ли кто-то в ваше.

Из этого принципа может следовать много правил, среди них:

- старайтесь не писать и не звонить человеку в нерабочее время;
- старайтесь не использовать те каналы коммуникации, которые чаще являются частью неформального общения (социальные сети, мессенджеры);
- о звонке предупреждайте заранее, потому что звонки могут вторгаться в чужое пространство, заставляя отрываться от текущих дел, и нарушать границы;
- если пишете письмо и ставите в копию людей, которые могут быть не знакомы вашему основному адресату, представьте их.

Иначе это будет выглядеть, как если бы вы пришли в гости, привели с собой несколько незнакомых людей и даже не представили бы их хозяину дома.

2. Экономьте ресурсы (время, силы, деньги).

В светском этикете этот принцип отражается, например, в таких правилах, которые предписывают нам сначала выпускать из помещения тех, кто выходит, а потом входить самому – это нужно для того, чтобы избежать давки в дверях и сэкономить силы и время тем, кто планирует выйти и войти в помещение без боя.

Этот принцип призывает нас думать об удобстве нашего собеседника и в конечном счете нашем собственном удобстве. И нам, и собеседнику будет неудобно, если придется тратить лишнее время, силы и деньги (или трафик) для того, чтобы решить задачу, которую можно решить проще и быстрее. Из этого тоже вытекает большое количество правил. К примеру:

- не отправляйте голосовые сообщения, потому что человеку для получения информации, которую он мог бы прочитать очень быстро, потребуется прослушать все сообщение и потратить гораздо больше времени и сил;
- не отправляйте тяжелые файлы на почту, потому что вы потратите место на дисковом пространстве почты собеседника, а также его трафик;
- всегда пишите в письмах тему, чтобы и собеседнику, и вам удобно было находить нужное письмо в папке «Входящие» и сэкономить время;
- не ставьте в копию всех коллег (не нажимайте кнопку «ответить всем»), если вы отправляете ответ, который нужен только одному человеку.

3. Следуйте сложившимся традициям.

Традиции играют заметную роль в формировании светского этикета. Например, мужчины входят в помещение и снимают головной убор, как рыцари, которые поднимали забрало в знак того, что пришли с миром. Или мужчинам по сложившейся традиции рекомендуется снимать перчатки, чтобы поздороваться. Так же по традиции мы здороваемся при встрече и прощаемся при расставании. Эти же традиции складываются и в цифровом этикете, хотя мы не всегда можем рационально объяснить, почему мы так делаем:

- здороваемся в начале письма;
- представляемся, если пишем незнакомому человеку (даже если в подписи у нас стоит полное наименование нашей должности и всех регалий);
- ставим в подписи «С уважением...», хотя это и остается исключительно ритуальной формальностью;
- для деловой переписки предпочтение отдается электронной почте, а не мессенджерам.

Подобные правила не всегда можно объяснить соображениями удобства или соблюдения границ. Скорее, так сложилось по традиции, которая призвана продемонстрировать уважение собеседника и его понимание контекста.

Следуя этим трем принципам, вы сможете сами всегда понять, будет ли корректно с точки зрения цифрового этикета поступить тем или иным образом. Например, вам надо срочно отправить какой-то документ коллеге, но вы знаете, что почту он проверяет крайне редко. Вы понимаете, что можете отправить сообщение в мессенджере и сталкиваетесь с дилеммой. Мессенджер нарушит границы собеседника и сложившиеся традиции, но поможет сэкономить важный ресурс – время. Вы взвешиваете, что в данную минуту важнее, и принимаете решение. Возможно, в отправке файла нет срочной необходимости, тогда экономить время не нужно, и можно спокойно отправить файл по почте, не нарушая границ и традиций. Или наоборот, срочность дела требует поступиться принципом границ и традиций. В таком случае вы отправляете сообщение в мессенджер и объясняете, почему решили нарушить границы собеседника.

Или собеседник попросил вас срочно ему прислать какую-то информацию. А вы в настоящий момент не можете печатать, а можете только отправить голосовое сообщение. Голосовое сообщение принесет неудобства вашему собеседнику, однако поможет сэкономить время и быстро дать ответ на запрос. Поэтому вы взвешиваете все «за» и «против» и принимаете решение в зависимости от того, как срочно нужна эта информация собеседнику.

Если, взвешивая все обстоятельства, вы понимаете, что вынуждены нарушить какой-то принцип, то извинитесь и объясните, ради чего вы его нарушили (например, ради соблюдения другого принципа).

И это лишь малая часть того, что нам необходимо помнить, находясь на просторах интернета.

Все общение фактически уже перешло в интернет. Когда-то для того, чтобы считаться воспитанным человеком, достаточно было не чавкать за столом, не сморкаться в занавеску и извиняться, если наступил на ногу. Сейчас, в век интернета, этого недостаточно и уже необходимо соблюдать правила цифрового этикета.

Еще во времена процветания форумов и блогов было написано множество сводов правил о вежливом общении в сети: в основном они сводились к простым нормам: не хамить, не материться, не переходить на личности и т.д. То есть все, что воспитанный человек и так не позволит себе делать в приличном обществе.

Сегодня же цифровой этикет не исчерпывается обычными правилами вежливости. Во многом он определяется технологическими особенностями тех платформ, на которых мы общаемся: объем трафика, уведомления, настройки.

Простой пример – переписка в чате. Я получаю от собеседника пять-семь сообщений подряд:

- *Ирина, привет*
- *Есть предложение*
- *Давай встретимся, обсудим*
- *Можно завтра*
- *Или послезавтра*
- *Как у тебя со временем вообще*
- ?

Я не успеваю ответить ни на одно сообщение, да в общем-то собеседник и не ждет, что я буду отвечать на каждое сообщение. Он ждет, что после всех его сообщений я скажу: «Ок, давай завтра пообедаем». Тогда зачем он отвлекает меня, заставляя семь раз пропикать мой мессенджер? Зачем сжигает мое время, привлекая мое внимание первым сообщением и не давая мне сразу исчерпывающей информации? Ведь это так просто – написать все одним сообщением и спокойно подождать, пока придет ответ.

Другой пример – ночные письма. Да, каждый работает, когда ему удобно. И удобнее часто бывает ночью. Но другие люди по ночам спят и, возможно, работают на такой работе, что не могут позволить себе отключить уведомления. Сейчас почти у всех уведомления о письмах на смартфонах приходят в режиме реаль-

ного времени. Но некоторые люди по-прежнему отправляют письма ночью, зная, что, скорее всего, уведомление разбудит адресата. Зачем будить собеседника, если это не коварный план испортить с ним отношения?

Еще пример – тяжелые файлы, которые многие так любят отправлять по почте. Казалось бы, куда проще: загрузить тяжелые файлы в любой файлообменник и передать ссылку. Однако делают так единицы. Большинство прикрепляет тяжелые файлы прямо к письму, съедая все место в почтовом ящике. Хуже тяжелых файлов в почте может быть только гигантская картинка, вставленная прямо в тело письма. Большая удача, этим можно убить сразу двух зайцев: такое письмо не только занимает место в почтовом ящике, но и заставляет человека потратить свой трафик (а у кого-то он ограниченный, потому что, например, в роуминге) без возможности отказаться от загрузки.

Другая беда – нарушение границ в социальных сетях. Вчера вы были на вечеринке, а сегодня весь фейсбук заполнен фотографиями, на которых вы обнимаетесь с каким-то сомнительным типом. Или наступает праздник, и вот вы уже отмечены на десятке открыток с новогодними елками, георгиевскими ленточками и пасхальными яйцами. Или ваши друзья ведут активную сетевую жизнь, и вот вы уже без собственного согласия состоите в группе «Отстоим детскую площадку», «Мама Бирюлево», «Жизнь прекрасна: статусы на каждый день». Все это нарушает мои границы и приносит мне десятки уведомлений, которые я не хочу видеть. Это также разрушает или искажает мой образ: я не мама Бирюлево, не ищу статусов на каждый день, ничего не знаю про детскую площадку и не хочу, чтобы все мои знакомые знали, как я провела вчерашний вечер.

Во всех этих ситуациях самое главное – вовремя подумать: не приносите ли вы каких-то неудобств вашему собеседнику? Не отнимаете ли его время, внимание, трафик, деньги? Самое главное – не бесить собеседника, не усложнять коммуникацию, беречь друг друга.

Гораздо сложнее с вопросами, на которые нет однозначного ответа:

- Прилично ли добавлять в друзья в социальных сетях человека, с которым вы не знакомы?

- Сколько фотографий своего кота и ребенка в день можно публиковать?

- Нужно ли отвечать на запрос, если к вам в друзья поступался начальник или клиент?

- Можно ли давать кому-то почту вашего знакомого, не спросив его разрешения?

- В каких случаях можно использовать чат социальных сетей для решения рабочих вопросов?

- Когда и каким способом можно напоминать человеку, если он не ответил вам на письмо?

Никаких правил пока что нет. Тут нам поможет только здравый смысл и забота о ближнем.

Неформальное общение в интернете – это общение с нашими друзьями, родственниками, знакомыми. Конечно, правила при таком общении гораздо мягче, чем правила делового общения. Так же, как например, этикет домашнего ужина с семьёй гораздо мягче, чем правила поведения на званом ужине в посольстве. Но в любой ситуации самое важное – это соблюдать границы вашего собеседника. Не пишите в то время, когда можете его потревожить. Не оставляйте сообщения на его стене в социальных сетях. Заботьтесь о конфиденциальности вашего общения. Не давайте непрошенных советов в ответ на посты ваших друзей в социальных сетях. Это всего лишь соблюдение границ, но оно позволит вам стать приятным и желанным собеседником.

Ряд ошибок, которые мы допускаем при общении друг с другом:

1. Пишем собеседнику «Привет» и ждём, когда он нам ответит. В данном случае цифровой этикет противоречит речевому этикету, который требует дождаться ответа, если мы с кем-то здороваемся. Необходимо в одном сообщении писать дальнейшую информацию.

2. Если вы собеседника уже отвлекли, то, пожалуйста, сразу спросите его о том, о чём хотели спросить. Если вопрос покажется человеку некорректным или он не захочет на него отвечать, то он вам об этом скажет. Спросить: «Можно вопрос?» – это не вежливость и не предупредительность, как кому-то может показаться, это больше похоже на цифровую наглость.

После неё остаётся только спросить: «Куда пропал?». В общем все четыре сообщения, как правило, и приходят вместе:

- Привет!
- Можно вопрос?
- Как дела?
- Куда пропал?

Если вам пишут: «Можно нескромный вопрос?», то это означает, что сейчас будет какая-нибудь бестактность или наглость. Поэтому смело отвечайте: «Нет!»

3. Не удаляйте отправленные сообщения.

Удаление и исправление сообщений – не лучшая идея. Вам может показаться, что вы исправили сообщение до того, как получатель его прочитал. Однако важно понимать, что многие прочитывают сообщение в тот момент, когда уведомление приходит на телефон, не заходя в мессенджер.

Если вы удалите сообщение, то поставите в неловкое положение не только собеседника, но и себя. Собеседник будет мучаться: то ли ему почудилось это сообщение, то ли мессенджер барахлит и не доставляет те сообщения, о которых уже пришло уведомление.

4. Не сокращайте слова вежливости – «спс», «пжлст», «првт».

5. Пишите имена с большой буквы.

Вы можете начинать предложение с маленькой буквы. Даже название города можете написать с маленькой буквы. Но имя собеседника всегда начинайте с большой, проявите уважение к собеседнику.

Цифровая репутация.

Цифровая репутация – это наш образ, который складывается в цифровом мире. Управление репутацией – сложнейшее направление в маркетинге, на которое компании тратят огромные деньги. Однако редко кто задумывается о том, какая цифровая репутация сложилась у нас самих. Для того чтобы её оценить и увидеть тот образ, который сложился, необходимо проверить все свои цифровые следы – отпечатки, которые вы оставили в цифровом мире. Последовательно всё проверяйте, и вы увидите, как вас воспринимают другие люди. Что же нужно проверить?

1. Ваши аккаунты в социальных сетях.

Это первое место, куда посмотрит ваш потенциальный работодатель или деловой партнёр. Имеет ли право работодатель

просматривать ваши страницы в социальных сетях? Если они у вас открыты и ему не приходится применять никаких уловок, чтобы посмотреть вашу страницу, то имеет.

На что могут обратить внимание: список друзей, список групп, фотографии, на которых отмечен пользователь (когда мы сами выкладываем свои фотографии, то стараемся контролировать тот образ, который мы позволим увидеть нашим подписчикам, однако, мы не всегда обращаем внимание на те фотографии, на которых нас отмечают знакомые), собственные посты (проблема может возникать в том случае, если все ваши посты имеют тематический перекося в одну сторону).

2. Персональные страницы (например портфолио, размещённое на сайте университета).

3. Результаты выдачи в поисковиках.

Вводите свои фамилию и имя. Узнайте, что видят пользователи на первой странице выдачи. Идеально, если первым делом отображаются ваши собственные страницы или страницы на корпоративных сайтах.

Попробуйте ввести свой номер телефона, или адрес электронной почты. Таким образом вы узнаете, что видят те люди, которые вводят номера телефонов, чтобы узнать от кого был пропущенный звонок.

Социальные сети.

С появлением социальных сетей, интернет перестал быть анонимным. Ни одно наше действие в социальных сетях теперь невозможно скрыть. Социальные сети для многих стали синонимом интернета. Они выполняют функцию и почтового сервиса, и мессенджера, и новостного агрегата. Потому так важно знать, как корректно взаимодействовать в социальных сетях. Мы всегда помним, что в любой момент можем появиться на фотографии наших друзей, про нас могут написать пост.

Личные страницы перестают быть личными, мы тут же попадаем в публичное пространство. Сегодня попытка сохранить анонимность в социальных сетях выглядит не очень корректно и, скорее, выдаёт не очень добросовестные цели: зачастую анонимные аккаунты создаются, чтобы следить за кем-то, оставлять грубые комментарии, получать доступ к закрытой информации.

Нельзя выдавать чужой контент за свой. Если вы заимствуете чью-то фотографию, смешную картинку, трогательный текст, обязательно укажите вопрос. Если не знаете автора, то укажите хотя бы источник, откуда вы берёте информацию. Это уважение к авторскому праву и труду человека, который поработал над созданием оригинального контента.

Дурным тоном в социальных сетях считается ставить лайки самому себе. В интернет-среде считается, что таким образом проявляются эгоизм, излишнее самолюбие и комплексы по поводу недостаточной любви со стороны окружающих.

Всегда будьте осторожны с фотографиями, которые вы выкладываете. Если на фотографии есть кто-то, кроме вас, то обязательно спросите у него разрешения: возможно, кто-то не хотел сообщать всем друзьям, где и как он проводит время. Ну, или просто кому-то не нравится его внешность. Размещайте фотографии лишь после того, как получили разрешение от этого человека.

Цифровой интернет – прежде всего, о том, как сделать нашу собственную жизнь в интернете более комфортной и приятной, о том, как достичь гармонии в цифровом мире, как избавиться от стресса и негативных эмоций. Поведение в интернете формирует вашу репутацию и ваш образ.

Часть II ПРАКТИКУМ

ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Этика речевого общения.

1. Дайте определение речевого этикета.
2. Что такое этикетные формулы речи? Приведите примеры.
3. Какие факторы определяют использование этикетных формул?
4. Как и по какому принципу классифицируются этикетные формулы речи?
5. Приведите несколько примеров этикетных формул, используемых в разных речевых ситуациях (например, формулы благодарности, используемые в устном бытовом общении и в письменной деловой переписке).

Тема 2. Этнокультурные особенности участников делового общения.

1. Проблемы межкультурной деловой коммуникации.
2. Национальная специфика делового общения представителей разных стран и россиян.

Тема 3. Мастерство публичного выступления.

1. Содержание понятия «публичное выступление».
 2. Виды публичных выступлений в зависимости от целевой установки.
 3. Основы ораторского искусства.
 4. Подготовка речи: выбор темы, цель речи, подбор материала, составление конспекта речи.
- Практическое задание: составление структуры выступления.

Тема 4. Имиджелогия.

1. Деловое общение в становлении имиджа руководителя.
 2. Служебный этикет, манеры поведения в создании привлекательного образа сотрудника.
- Практическое задание: задания на интонирование, жестикуляцию, позирование ситуации.

Тема 5. Основные характеристики делового общения.

1. Основы коммуникации. Культура речи и языка в деловом общении.

2. Цели и задачи делового общения, его содержание.

3. Особенности делового общения как вида профессиональной деятельности.

Практическое задание: развитие взаимоотношений и взаимодействия людей в деловом общении – разыгрывание ситуаций.

Тема 6. Речевой этикет в деловом общении.

1. Как лучше формулировать просьбы и распоряжения в деловом общении? Почему? Приведите примеры.

2. Согласно нормам речевой этики каких слов следует избегать в формулировках при выражении побуждения в деловом общении? Почему? Какие этикетные формулы предпочтительны?

3. Поясните, что означает в деловом общении замена прямого речевого акта косвенным? Приведите пример.

4. Сформулируйте правила отказа в деловом общении. Приведите примеры корректного отказа, используя соответствующие этикетные формулы.

Тема 7. Культура оформления документов в деловом общении.

1. Общие принципы работы с документами, основные требования к их внешнему виду, языку, стилю.

Практическое задание: технология работы с письменной документацией (протокол, отчетность, акт, договор, приказ, доверенность и др.). Соответствие документа принципам технической эстетики, принятым стандартам.

Тема 8. Культура телефонного разговора в деловом общении.

1. Правила ведения беседы по телефону. Телефонный регламент.

Практическое задание: проведение беседы профессиональной направленности по телефону – работа парами. Разыгрывание ситуаций.

ПИСЬМЕННАЯ РАБОТА

Представленные упражнения для выполнения письменной работы связаны с анализом материалов публичных выступлений, дискуссий, переговоров; часто используются также фрагменты из художественных и публицистических текстов (при необходимости они сокращены и адаптированы).

Предлагается проанализировать композицию текста, его жанровые особенности, правильность и выразительность, выявить стратегию и тактику автора, его тезисы и доводы, охарактеризовать риторические фигуры и тропы, оценить эффективность речевого взаимодействия.

Во многих упражнениях предлагаются задания, связанные с подготовкой и инсценированием собственного текста, с коммуникативными тренингами и деловыми играми.

Степень сложности предлагаемых упражнений неодинакова: в одних случаях для правильного ответа достаточно общей филологической подготовки в сочетании с элементарным «коммуникативным чутьем» и здравым смыслом, в других необходимы знания, предусмотренные Государственным образовательным стандартом в области теории общей и деловой коммуникации.

Упражнение 1.

Постарайтесь сократить фразы с неумеренным использованием канцелярских оборотов.

1. Чтобы было больше поголовья животных, надо добиваться, чтобы каждая голова крупного рогатого скота женского рода, как правило, прежде чем пойти под нож на мясо, дала себе замену для последующего воспроизведения потомства.

2. Путем проведения субботников и воскресников была проведена определенная работа по наведению чистоты и порядка в благоустройстве села.

3. Необходимо последовательно добиваться отсутствия случаев нарушения норм санитарного состояния на фермах.

4. Со стороны заведующего фермой было проявлено халатное отношение к делу контроля за своевременным доением и кормлением крупного рогатого скота.

Упражнение 2.

Прочитайте текст. Какие национальные особенности делового общения в нем отображены? Насколько описанная ситуация соответствует российским традициям?

«Наша семья жила тогда в Нью-Йорке... Мне было десять лет. Отец платил мне 50 центов в неделю за то, что я убирал со стола и по субботам чистил ботинки всем членам семьи — карманные деньги нужно было заработать. Но я хотел большего, и для этого следовало найти работу, поскольку на любую просьбу увеличить размер моего еженедельного пособия отец отвечал: «Деньги не растут на дереве, их надо зарабатывать». И я нанялся к Сэму, владельцу магазинчика за углом — стал разносчиком газет. Приходилось вставать в полшестого утра, чтобы успеть прийти к шести... К семи требовалось сдать Сэму пустую сумку. Однажды я проспал. Примчавшись в киоск, обнаружил, что Сэма нет, он сам пошел разносить газеты. Дождавшись его возвращения, стал извиняться: «Сэм, прости меня, у нас были гости, я поздно лег, что-то случилось с будильником...». Сэм похлопал меня по плечу и сказал: «Да не бери ты в голову, Билли! Нет проблем. Но когда в следующий раз проспашь, лучше не приходи совсем. Понимаешь, тут есть паренек, он очень хочет на твое место. Эта работа ему очень нужна, понял?» Я понял. Сэм не стал ругать меня, читать нотации. Но он преподавал мне простой и ясный урок на всю жизнь: либо ты держишься на плаву, либо тонешь» (В. Познер. Урок взросления).

Дополнительные вопросы

1. Объясните, почему этот текст представляет собой пример описания деловой коммуникации.
2. Почему Сэм не счел нужным объяснять ребенку, что нельзя нарушать нормы трудовой дисциплины?
3. Почему автор текста на всю жизнь запомнил этот случай? Неужели он больше никогда не опаздывал на работу?
4. Насколько Владимир Познер усвоил урок взросления, смог ли он в своей дальнейшей жизни «удержаться на плаву»?
5. В какой мере реплика Сэма соответствует нормам официально-делового стиля?
6. Многие считают, что нельзя платить ребенку за выполнение домашней работы, так как он должен выполнять ее просто из

уважения к родителям. Какие еще аргументы можно привести против оплаты домашней работы ребенка? Какие аргументы мог привести отец Билли, который платил сыну за мытье посуды и чистку обуви?

Упражнение 3.

Как известно, понятия стратегии и тактики заимствованы теорией коммуникации из военной сферы, где стратегия – это обобщенный план военных действий, а тактика – это конкретный способ реализации стратегии.

Как учил Карл фон Клаузевиц, стратегический план не может предугадать деталей боевых действий. В чем именно можно обнаружить сходство между стратегией и тактикой в военном искусстве и бизнесе?

Упражнение 4.

Объясните смысл следующих постулатов Пол Герберта Грайса.

1. Постулат количества/полноты (говори не больше и не меньше, чем требует ситуация коммуникации).
2. Постулат качества (говори правду, не говори того, в чем не уверен).
3. Постулат релевантности (не отклоняйся от темы).
4. Постулат способа (говори ясно, кратко и последовательно).

В какой мере эти постулаты относятся к реальной деловой коммуникации? Почему эти постулаты иногда нарушаются в рекламе?

Упражнение 5.

Познакомьтесь с выступлением авантюриста Остапа Бендера в шахматном клубе крошечного города Васюки (роман И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев»).

«Товарищи! – сказал он прекрасным голосом. – Товарищи и братья по шахматам, предметом моей сегодняшней лекции служит то, о чем я читал и, должен признаться, не без успеха, в Нижнем Новгороде неделю тому назад. Предмет моей лекции – плодотворная дебютная идея. Что такое, товарищи, дебют и что такое, товарищи, идея? Дебют, товарищи, это «*quasi una fantasia*». А что такое, товарищи, значит идея? Идея, товарищи, – это чело-

веческая мысль, облеченная в логическую шахматную форму. Даже с ничтожными силами можно овладеть всей доской. Все зависит от каждого индивидуума в отдельности. Например, вон тот блондинчик в третьем ряду. Положим, он играет хорошо...

Блондин в третьем ряду зарделся.

– А вон тот брюнет, допустим, хуже.

Все повернулись и осмотрели также брюнета.

– Что же мы видим, товарищи? Мы видим, что блондин играет хорошо, а брюнет играет плохо. И никакие лекции не изменят этого соотношения сил, если каждый индивидуум в отдельности не будет постоянно тренироваться в шашк... то есть я хотел сказать – в шахматы... А теперь, товарищи, я расскажу вам несколько поучительных историй из практики наших уважаемых гипермодернистов Капабланки, Ласкера и доктора Григорьева. Остап рассказал аудитории несколько ветхозаветных анекдотов, почерпнутых еще в детстве из «Синего журнала», и этим закончил интермедию».

Вопросы и задания

1. Определите тип начала (естественное, ораторское, внезапное, интригующее) в речи Остапа.

2. Укажите, каким образом практически не умеющий играть в шахматы Бендер стремится повысить свой статус в глазах слушателей. Поняли ли слушатели «инострannую» фразу? Если нет, то почему не попросили разъяснить?

3. Выделите в лекции случаи немотивированного повторения мыслей и другие способы заполнить время.

4. Выделите в лекции тривиальные (очевидные) суждения. Почему слушатели позволили Бендеру прочитать бессодержательную лекцию? Как удалось авантюристу избежать разоблачения во время лекции?

Упражнение 6.

Сделайте полный анализ ораторского выступления Ивана Ивановича Нюхина (фрагмент из сцены монолога А.П. Чехова «О вреде табака») по нижеследующей схеме.

1. Общая характеристика текста. Ритор, характер его подготовки к выступлению, коммуникативная ситуация, тема, цель, партнеры по коммуникативной деятельности.

2. Композиция.

2.1. Вводная часть. Начало: естественное, внезапное, ораторское, интригующее. Формулировка темы и задач выступления.

2.2. Основная часть. Структура: цепная, параллельная, смешанная. Отступления. Иллюстрации.

2.3. Заключительная часть: резюме, призыв к действию, кульминация, вывод. Риторические приемы концовки: комплимент слушателям, пожелание слушателям, цитирование, шутка и др.

2.4. Соразмерность частей, связь между ними.

3. Аргументация.

3.1. Основной тезис. Дополнительные тезисы (при их наличии). Как выдвигаются тезисы? Стратегия и тактика ратора.

3.2. Рациональная аргументация. Аргументы в защиту собственного тезиса, порядок их выдвижения и защиты. Тезис оппонента и его опровержение. Аргументы оппонента и их опровержение. Уловки в рациональной аргументации: подмена тезиса, усиление тезиса, ослабление тезиса, смена позиции, требование новых аргументов и т.п. Отбор иллюстративного материала (факты, статистика и т.п.).

3.3. Эмоциональная аргументация: аргументы к личности оппонента, к выгоде, «палочные» аргументы (запугивание), аргументы к сочувствию, к тщеславию, к гордости и т. п., аргументы к воле, к авторитету, к опыту. Общедемагогические аргументы.

3.4. Приемы косвенного воздействия: приватизация знаний, имплицитная информация, манипуляция диалектическими противоречиями, лексическая интерпретация и т. п.

4. Правильность и выразительность речи.

4.1. Нормативность, точность, чистота, уместность.

4.2. Выразительность: ясность, краткость, богатство, логичность, эмоциональность, индивидуальность. Соразмерность, риторический вкус.

5. Инсценирование.

5.1. Особенности произношения (сила голоса, интонация, паузы и др.). Особенности заполнения смысловых пауз («э-э», «м-м», «так сказать» и др.).

5.2. Мимика и жестикуляция.

5.3. Использование конспекта, технических средств и т.п.

5.4. Одежда и другие вещи оратора.

«Н ю х и н (с длинными бакенами, без усов, в старом поношенном фраке, величественно входит, кланяется и поправляет жилетку). Милостивые государыни и некоторым образом милостивые государи. (Расчесывает бакены.) Жене моей было предложено, чтобы я с благотворительной целью прочел здесь какую-нибудь популярную лекцию. Что ж? Лекцию, так лекцию – мне решительно все равно. Я, конечно, не профессор и чужд ученых степеней, но, тем не менее, все-таки я вот уже тридцать лет, не переставая, можно даже сказать, для вреда собственному здоровью и прочее, работаю над вопросами строго научного свойства, размышляю и даже пишу иногда, можете себе представить, ученые статьи, то есть не то чтобы ученые статьи, а так, извините за выражение, вроде бы как ученые. Между прочим, на сих днях мною была написана громадная статья под заглавием: «О вреде некоторых насекомых». Дочерям очень понравилось, особенно про клопов, я же прочитал и разорвал. Ведь все равно, как ни пиши, а без персидского порошка не обойтись. У нас даже в рояле клопы... Предметом сегодняшней моей лекции я избрал, так сказать, вред, который приносит человечеству потребление табаку. Я сам курю, но жена моя велела читать сегодня о вреде табака, и, стало быть, нечего тут разговаривать. О табаке, так о табаке – мне решительно все равно, вам же, милостивые государи, предлагаю отнестись к моей лекции с должной серьезностью, иначе как бы чего не вышло. Кого же пугает сухая научная лекция, тот может не слушать и выйти. (Поправляет жилетку). Особенно прошу внимания у присутствующих здесь господ врачей, которые могут почерпнуть из моей лекции много полезных сведений, так как табак, помимо его вредных действий, употребляется также в медицине. Так, например, если муху посадить в табакерку, то она издохнет, вероятно, от расстройства нервов. Табак есть, главным образом, растение... Когда я читаю лекции, то обыкновенно подмигиваю правым глазом, но вы не обращайтесь на это внимания; это от волнения. Я очень нервный человек, вообще говоря, а глазом начал подмигивать в тысяча восемьсот восемьдесят девятом году тринадцатого сентября, в тот самый день, когда у моей жены родилась, некоторым образом, четвертая дочь Варвара. У меня две дочери родились тринадцатого числа. Впрочем (поглядев на

часы), ввиду недостатка времени, не станем отклоняться от предмета лекции. Нам надо еще заметить, что жена моя содержит музыкальную школу и частный пансион, то есть не то чтобы пансион, а так, нечто вроде.

Между нами говоря, жена любит пожаловаться на недостатки, но у нее что-то припрятано, этак тысяч сорок или пятьдесят, у меня же ни копейки за душой, ни гроша – ну, да что там толковать! В пансионе я состою заведующим хозяйственной частью».

Дополнительные вопросы и задания

1. Хороший оратор должен демонстрировать интерес к теме и благожелательность, внушать уважение и доверие. Какие слова героя и как именно воздействовали на чувства слушателей?

2. Какую роль в этом тексте играет описание невербальных реакций героя?

3. Помогите герою: сформулируйте основные аргументы, доказывающие вред табака.

Упражнение 7.

Определите причины риторической неудачи руководителя города на торжественном митинге в связи с пуском трамвайной линии (роман И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев»).

«Гаврилин начал свою речь хорошо и просто:

– Трамвай построить, – сказал он, – это не ешака купить.

В толпе послушался громкий смех... Ободренный приемом, Гаврилин, сам не понимая почему, вдруг заговорил о международном положении. Он несколько раз пытался пустить свой доклад по трамвайным рельсам, но с ужасом замечал, что не может этого сделать. Слова сами по себе, против воли оратора, получались какие-то международные... И только к концу речи он поборол свою вторую международную натуру и заговорил хорошими деловыми словами:

– И я сейчас думаю, товарищи, что этот трамвай, который сейчас выйдет из депа, благодаря кого он выпущен? Конечно, товарищи, благодаря вот вам, благодаря всех рабочих, которые действительно поработали не за страх, а за совесть. А еще, товарищи, благодаря честного советского специалиста, главного инженера Треухова. Ему тоже спасибо!»

Вопросы и задания

1. К какой сфере красноречия относится этот текст? Был ли текст выступления заранее подготовлен? Использовал ли ритор записанный текст (план, тезисы и т.п.) при его инсценировании? Обоснуйте свои ответы.

2. Какой тип начала (ораторское, естественное, интригующее, внезапное) использует автор?

3. Сформулируйте основную мысль выступления. Какие недостатки основной части фиксируют авторы романа?

4. Каковы задачи выступления? В какой мере они достигнуты?

5. Можно ли концовку речи отнести к одному из классических типов? Мотивируйте свой ответ.

6. Какие нормы русского языка нарушает оратор? Оцените выразительность его речи (ясность, краткость, богатство, логичность, индивидуальность и др.).

Упражнение 8.

Выделите основной тезис каждого оппонента и их аргументы в следующем споре. Кто виноват в том, что договор может трактоваться различно? Подберите дополнительные аргументы от имени Протагора и Еватла. Разграничьте юридические и этические аспекты проблемы оплаты обучения.

«Древний софист Протагор заключил со своим учеником Еватлом договор: ученик платит за обучение юридической риторике только в том случае, если выиграет первый судебный процесс после окончания обучения. Но Еватл после обучения не участвовал в судебных процессах, а поэтому и не заплатил. Протагор подал на ученика в суд и заявил: «Еватл мне заплатит при любом решении суда: если он выиграет свой первый процесс, то заплатит мне по условиям договора; если он проиграет, то заплатит по решению суда».

Еватл ответил Протагору: «Нет, платить не буду. Если я проиграю процесс, то платить не надо по договору. Если же я его выиграю, то платить не надо по решению суда».

Упражнение 9.

Выделите основной тезис в споре, о котором рассказывал еще древнегреческий ритор Демосфен. Определите цель этого спора и его тип: подготовленный или спонтанный, при слушателях, без слушателей или для слушателей; двусторонний или многосторонний; сосредоточенный или бесформенный. Подберите от имени погонщика и нанимателя дополнительные аргументы и соответствующие им контраргументы.

«Человек нанял осла с погонщиком. День был жаркий, и во время привала человек присел отдохнуть в тени осла. Погонщик тут же потребовал отдельную плату за использование тени. Наниматель возразил, что раз он взял внаем осла, то имеет право пользоваться и его тенью. Погонщик стал доказывать, что в договоре о тени ничего не говорится».

Упражнение 10.

Сделать визитку, соблюдая все правила оформления (можно нарисовать от руки).

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Заимствования в современном русском языке.
2. Владимир Даль – создатель «Толкового словаря живого великорусского языка».
3. История русской графики.
4. Городское просторечие.
5. Проблемы сквернословия в русском языке.
6. Молодежный жаргон.
7. Компьютерный жаргон.
8. Важнейшие словари русского языка.
9. Роль старославянизмов в русском языке.
10. Речевой этикет: история и современность.
11. Мастера русского академического красноречия.
12. Взаимоотношения оратора и аудитории.
13. Типы ораторов.
14. Внешность оратора (поза, осанка, мимика, одежда).
15. Характеристика голоса оратора.
16. Язык жестов оратора.
17. «Краткое руководство к красноречию» (1747) М.В. Ломоносова.
18. «Опыт риторики» (1796) И.С. Рижского.
19. Скованность и страх перед публичным выступлением и пути их преодоления.
20. Тренировка памяти.
21. Национальные особенности делового общения.
22. Конфликт в деловом общении.
23. Спор как форма диалога.
24. Искусство вести переговоры.
25. Традиции парламентского красноречия в России.
26. Мастера судебного красноречия (П.С. Пороховщиков, А.Ф. Кони и др.)
27. Имидж современного российского делового человека.
28. История российского предпринимательства и деловая культура.
29. Этапы формирования официально-делового стиля.
30. Организация речевого взаимодействия: принципы коммуникации Дж.Н. Лича и Г.П. Грайса.
31. Деловое общение: кодекс, национальные особенности.

32. Основные тенденции развития русского языка конца XX – начала XXI века.
33. История возникновения научного стиля.
34. Композиционные принципы научных текстов.
35. Методы логической организации научной информации.
36. Речевой этикет в историческом и этнокультурном аспекте.
37. Особенности этикета делового общения.
38. Как проводить деловые беседы.
39. Речевой этикет телефонного разговора.
40. Сферы и правила использования в деловом общении визитных карточек.
41. Языковые штампы и клише.
42. Основные типы служебных документов. Унификация служебных документов.
43. Использование электронных средств в деловой коммуникации.
44. Реклама в деловой речи.
45. Национальные стили ведения переговоров. Кросс-культурный анализ обычаев делового общения.
46. Презентация как вид делового общения.
47. Социально-психологический климат коллектива и его влияние на деловые отношения.
48. Стратегии ведения переговоров, использование психологических и этических способов влияния на их процесс.
49. Проблема лидерства и деловые отношения.
50. Стресс и его влияние на процесс делового общения.
51. Мужчина и женщина: особенности речевого общения.
52. Нормы этикета при письменном общении. Культура речи в официальной, деловой и дружеской переписке.
53. Основные требования к речи юриста, экономиста, менеджера.
54. Особенности подготовки реферата в практике вуза.
55. Правила речевого поведения вежливых партнеров. Лингвистические приемы нейтрализации замечаний собеседника.
56. Правила составления и оформления конспектов.
57. Проблемы языковой культуры в современном российском обществе.
58. Иноязычная лексика – засорение или обогащение современного русского языка.

- 59. Имидж современного делового человека: язык, речь, манера общения.
- 60. Использование электронных средств в деловой коммуникации.
- 61. Как повысить эффективность публичного выступления.

ГЛОССАРИЙ

Альтруизм (фр. altruism от лат. alter – другой) – этический принцип, заключающийся в бескорыстной заботе о «благе ближнего»; противопоставляется эгоизму.

Аргумент (лат. argumentum – рассказ, довод) – суждение (или совокупность взаимосвязанных суждений), посредством которого обосновывается истинность какого-либо другого суждения (или теории).

Аргументация (от лат. argumentatio – приведение аргументов) – приведение доводов или аргументов с целью изменить позицию или убеждение другой стороны.

Аскетизм – ограничение и подавление чувственных влечений и желаний, готовность к самоограничению для достижения религиозных или этических целей.

Благо (в этике) – синоним добра, все то, что имеет для человека и общества положительное значение.

Вежливость – моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения.

Вопрос – тип суждения, предполагающий недостаток информации о соответствующем объекте и требующий ответа, объяснения.

Гедонизм – этическая концепция, в которой содержание моральных требований сводится к получению наслаждения и избеганию страданий.

Гуманистическая концепция – этическая концепция, признающая человека высшей ценностью.

Деликатность (от лат. delicatus – нежный, тонкий, изысканный, изнеженный) – такая форма вежливости, которая проявляется с особой мягкостью, тонкостью, чуткостью в отношении людей.

Деловая беседа – устный контакт между людьми, связанными отношениями дела, специально организованный предметный разговор, направленный на решение деловых задач.

Деловая коммуникация – процесс взаимодействия деловых партнеров, специфический обмен информацией интеллектуального и эмоционального содержания, значимой для участников общения для достижения целей совместной деятельности.

Деловая этика – исторически сложившаяся совокупность нравственных предписаний, норм, оценок, кодексов и научных теорий о должном поведении личности в деловой деятельности, вытекающих из социальных функций и обусловленных спецификой профессии.

Деловое общение – специфическая форма общения, определяющим содержанием которого является совместная деятельность людей, их общее дело.

Деловое письмо – вид документа, функцией которого является регулирование деловых отношений между организациями и деловыми партнерами.

Деловое совещание – форма совместного обсуждения вопросов с целью принятия решений по ним.

Деловые переговоры – форма общения между деловыми партнерами, направленная на совместное решение проблем, затрагивающих их интересы.

Деятельность – специфически человеческая форма активного отношения к окружающему миру, содержание которой составляет его целесообразное изменение и преобразование в интересах людей.

Диалог – обмен мыслями, идеями и предложениями в процессе беседы путем поочередных высказываний собеседников.

Динамика конфликта – ход развития конфликта под влиянием объективных и субъективных факторов.

Добро – то, что отвечает потребностям, интересам и надеждам людей, что приносит им благо.

Договор – документ, закрепляющий правовые отношения деловых партнеров.

Доказательство – процедура установления истинности некоего утверждения путем приведения других утверждений, истинность которых не подлежит сомнению.

Долг – этическая категория, обозначающая нравственную обязанность человека перед другими людьми и обществом, государством, партией или социальной группой; выполняемую из побуждений совести или под влиянием общественного мнения.

Заповедь – моральная или политическая установка в форме поведения, исходящего от авторитетных лиц и организаций.

Зло – явление, противоположное добру; то, что противоречит потребностям, интересам, целям и идеалам людей, происходит не во благо им.

Идеал (лат. *idealis* от др.-греч. *idea* – образ, образец, норма) – идеальный образ, имеющий нормативный характер, определяющий способ и характер поведения, деятельности человека или социальной группы.

Идеал нравственный – представление о нравственном совершенстве, высший моральный образец.

Ирония (от др.-греч. *eironeia* – притворство) – отрицание или осмеяние, притворство; иносказание, когда истинным смыслом высказывания оказывается не прямо выраженный, а противоположный ему.

Коммуникация (от лат. *communicatio* – сообщение, передача) – общение, обмен мыслями, сведениями, идеями, передача того или иного содержания от одного субъекта к другому.

Компромисс (от лат. *compromissum*) – соглашение, основанное на взаимных уступках; стратегия поведения в конфликте, ориентированная на определенные уступки в обмен на уступки со стороны оппонента.

Конкуренция (от лат. *сопсиггеге* – сталкиваться, соперничать) – одна из форм социального взаимодействия людей, заключающаяся в достижении целей в условиях их противоборства.

Конфликт (от лат. *conjlictus* – совместный удар) – высшая форма развития противоречия, возникающего в процессе взаимодействия сторон, проявляющаяся в открытом столкновении мнений, позиций и сил.

Культура делового общения – установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов.

Культура общения – сложное интегральное понятие, определяющее качество и степень совершенства общения, включает в себя совокупность практических приемов, норм, правил общения.

Личность – понятие, обозначающее совокупность устойчивых социальных и психологических качеств человека, составляющих его индивидуальность.

Ложь – умышленное искажение действительного положения вещей.

Мораль – это духовно-практическая сторона общественной жизни, сложная ценностно-нормативная система, определяющая отношения и деятельность людей с позиций исторически меняющихся представлений о добре, зле, справедливости, долге на основе добровольного и осознанного выбора.

Моральная (нравственная) деятельность (практика) – сфера морали, в которой реализуется моральное сознание и отношение, воплощаясь в конкретные дела.

Моральное (нравственное) сознание – это форма общественного и индивидуального сознания, включающая в себя совокупность моральных норм, принципов, ценностей, знаний, убеждений, идеалов, чувств, эмоций людей с точки зрения их представлений о добре и зле, чести и бесчестии, справедливости, долге и т.д.

Моральные нормы – правила поведения, которые устанавливаются в обществе в соответствии с моральными представлениями людей о добре и зле, справедливости и несправедливости, долге, чести, достоинстве и охраняются силой общественного мнения или внутренним убеждением.

Моральные (нравственные) отношения – вид общественных отношений, выражающий характер связи между личностью и обществом, коллективом, другим человеком на основе существующих моральных норм и понятий.

Моральные принципы – это обобщенное выражение моральных требований к человеку, которые направляют его в моральной практике, определяют характер отношения человека к миру и обществу.

Моральные ценности – элементы, которые признаются правильными, важными и должны приниматься индивидами и обществом в целом в качестве установленных норм морали.

Мотивация – побуждение, вызывающее психическую активность человека и определяющее ее направленность.

Мышление – высшая ступень психической, в том числе познавательной деятельности человека, опосредованное и обобщенное познание им явлений действительности.

Нравственность – понятие, употребляющееся в речи как синоним морали, а иногда – этики; практические действия, по-

ступки и их последствия с точки зрения их духовной и моральной оценки.

Нравственная потребность – наивысшая степень нравственного сознания делового человека, характеризуется наличием потребности в соблюдении этических требований.

Нравственные убеждения – базирующаяся на опыте и знаниях уверенность делового человека в справедливости моральных требований.

Обратная связь – ответная реакция получателя на сообщение отправителя, выражение чувств и мыслей по поводу речи и поведения партнера по общению.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.

Объект управления – отдельный индивид или группы людей, на которые направлены систематические и планомерные воздействия субъекта управления.

Оптимизм (от лат. *optimus* – наилучший) – представление о том, что в мире господствует положительное начало, добро; выражает доверительное отношение к миру и противостоит пессимизму.

Ответ – новое суждение, уточняющее или дополняющее исходную информацию в соответствии с поставленным вопросом.

Ответственность – понятие, означающее чувство и понимание человеком своего долга и обязанностей перед другими людьми, группами, обществом.

Патриотизм (от греч. *patria* – отечество) – любовь к родине, своему народу и его культуре, готовность служить своему отечеству.

Переговоры – форма деловой коммуникации, ориентированная на совместное обсуждение и решение проблем, затрагивающих интересы деловых партнеров.

Перфекционизм – установка, утверждающая, что высшей моральной ценностью является совершенство, которое включает, прежде всего, добродетели, а также развитие присущих человеку талантов и дарований.

Прагматизм – понятие, выражающее установку действовать в своих интересах, с выгодой, пользой для себя.

Профессиональная ответственность – понятие, которое отражает особое социальное и моральное отношение личности специалиста к другим людям, к обществу, характеризующееся выполнением нравственного долга.

Профессиональная совесть – это осознание долга, которая помогает специалисту посмотреть на содержание, результаты своего труда с позиций общечеловеческих нравственных ценностей.

Профессиональная честь – осознание работниками высокой социальной ценности, нужности и важности самоотверженного выполнения профессионального долга.

Профессиональная этика – совокупность норм, которые регулируют личное и профессиональное поведение людей в процессе трудовой деятельности.

Профессиональный долг – выступающее в качестве внутреннего переживания принуждение поступать в соответствии с потребностями, исходящими из ценностей, сформированных профессиональной деятельностью.

Профессиональный такт выражает способность и умение специалиста реализовывать нравственные ценности в конкретных жизненных условиях, особенно в условиях бизнеса, где объектом деятельности в конечном итоге является не материальный продукт, а сам человек.

Рефлексивное слушание – процесс активной расшифровки смысла сообщения в ходе беседы. Применяются такие способы расшифровки, как задаваемые вопросы, просьба повторить фразу, перефразирование сказанного собеседником, резюмирование.

Речь – исторически сложившаяся форма общения людей при помощи языка.

Риторика – наука об ораторском искусстве.

Руководство – персонифицированная деятельность должностного лица в организации, связанная с непосредственным управлением персоналом.

Сиитон (буквально: созвучие, унисон, гармония) – знак искреннего принятия другого человека.

Слушание – процесс направленного восприятия человеком слуховых стимулов и приписывания им значения.

Слушание нерефлексивное – внимательное слуховое восприятие сообщения без вмешательства в речь говорящего.

Слушание рефлексивное – процесс расшифровки смысла сообщений и установления активной обратной связи с говорящим.

Совесть – свойство морального сознания, означающее внутреннюю убежденность человека в том, что является добром и злом; осознание ответственности за свое поведение.

Соперничество – стратегия поведения оппонента в конфликте, состоящая в ориентации на свои интересы, навязывание другой стороне предпочтительного для себя решения в открытой борьбе.

Сотрудничество – стратегия поведения в конфликте, заключающаяся в ориентации на совместный поиск решения, удовлетворяющего интересы всех сторон.

Справедливость – понятие о должном, содержащее требование соответствия деяния и воздаяния: в частности, соответствия прав и обязанностей, труда и вознаграждения, заслуг и их признания, преступления и наказания.

Средства общения – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, передаваемой в процессе общения.

Средства общения вербальные (лат. verbalis – словесный) – способ передачи информации посредством речи.

Средства общения невербальные – внеязыковые формы и способы передачи информации через мимику, жесты, интонации голоса и т.д.

Средства управления – методы управления, которые представляют собой систему мер, используемых субъектом управления для воздействия на объект управления.

Стиль руководства – способ, система методов воздействия руководителя на подчиненных.

Стиль руководства директивный (авторитарный) – характеризуется высокой централизацией руководства, единоначалием в принятии решений, жестким контролем за деятельностью подчиненных.

Стиль руководства коллегиальный (демократический) – характеризуется стремлением руководителя к выработке решений

совместно с подчиненными, распределением полномочий и ответственности между руководителем и подчиненными.

Стиль руководства попустительский (либеральный) – характеризуется минимальным участием руководителя в управлении коллективом.

Стоицизм – направление в античной философии, общим этическим положением которого было утверждение цели человеческой жизни как стремления к счастью, путь к которому лежит через отрешение от всех страстей.

Стратегия переговоров – наиболее общее перспективное планирование хода переговоров, ориентированное на достижение цели переговоров.

Субъект управления – руководитель, человек, наделенный властными полномочиями и осуществляющий управленческую деятельность.

Тактика – совокупность приемов и методов, определяющих способ осуществления задуманной стратегии.

Тактичность – чувство меры, позволяющее человеку точно улавливать границу в отношениях между людьми, нарушение которой вызывает обиду, раздражение и создает конфликтную ситуацию.

Толерантность – терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, поведению и обычаям.

Тщеславие (от тщетный (напрасный) + слава) – социально-психологическое свойство личности, в котором выражается высокомерие, переоценка своих возможностей, стремление к почтанию и славе.

Убеждение – сознательное аргументированное воздействие на человека или группу людей с целью изменения их суждений, отношений, намерений или решений.

Убежденность – уверенность индивида в своей правоте, подтверждаемая соответствующими аргументами и фактами.

Уважение – отношение к человеку, основанное на признании его достоинств.

Управление – процесс воздействия на личность, группу людей или организацию, направленный на решение поставленной задачи.

Утилитаризм – этическая концепция, согласно которой моральная ценность поведения или поступка определяется его полезностью.

Ценность – то, что значимо для человека, социальных групп и общества для удовлетворения потребностей и реализации интересов.

Ценности общения – те эталоны должного, которые реализуются в процессе общения и определяют его с нравственной точки зрения.

Ценностные ориентации – ориентация людей на ту или иную систему материальных и духовных ценностей.

Цинизм (от др.-греч. kinismos – учение киников) – открытое, вызывающе-пренебрежительное и презрительное отношение к нормам общественной морали, культурным ценностям и представлениям о благопристойности.

Эгоизм – поведение, целиком определяемое мыслью о собственной пользе, выгоде, когда индивид ставит свои интересы выше интересов других.

Эмпатия – постижение эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания, сочувствия, умение поставить себя на место другого.

Этика – философская дисциплина, изучающая мораль и нравственность: их принципы, развитие, нормы и роль в обществе.

Этика делового общения – исторически сложившаяся совокупность нравственных предписаний, норм, оценок, кодексов о должном поведении личности в деловом общении.

Этика управления – система нравственных норм, которые определяют поведение субъекта управления в любой управленческой ситуации.

Этикет – система норм и правил, регулирующих внешние формы поведения людей и их взаимоотношения в процессе общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Введенская, Л.А. Русский язык. Культура речи. Деловое общение: учебное пособие /Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Москва: КноРус, 2014. – 424 с. – Текст: электронный. – URL: https://old.rusneb.ru/catalog/000199_000009_02000006792/

2. Самыгин, С.И. Деловое общение. Культура речи: учебное пособие /С.И. Самыгин, А.М. Руденко. – Москва: КноРус, 2016. – 472 с. – Текст: электронный. – URL: https://old.rusneb.ru/catalog/000199_000009_008022420/

3. Фатеева, И.М. Культура речи и деловое общение: учебное пособие / И.М. Фатеева. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 267 с. – Текст: электронный. – URL: https://old.rusneb.ru/catalog/000199_000009_009458571/

**Ирина Викторовна Самойлова
Ильдар Наильевич Мавлюдов**

КУЛЬТУРА РЕЧИ И ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

Учебное пособие
для бакалавриата и специалитета

Компьютерная верстка И.В. Самойловой

Корректор Л.А. Артамонова

Подписано в печать	Формат 60×84 1/16
Бумага Гознак <i>Print</i>	Отпечатано на ризографе
Усл. печ. л.	Тираж экз. Заказ №

РИО ПГАУ
440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30