

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»
Гуманитарный факультет
Кафедра филологии и массовых коммуникаций

ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рабочая тетрадь

для студентов направлений подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

42.03.02 «Журналистика»,
профиль подготовки «Деловая журналистика»

Составитель Ю.В. Безбородова

Нижевартовск
2019

ББК 60.524.224.022

О 75

Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
Нижевартовского государственного университета

Рецензенты:

кандидат культурологии, доцент кафедры маркетинга и рекламы
Российского государственного гуманитарного университета

А.А. Рычкова;

доктор филологических наук, профессор кафедры
русского языка, славянского и классического языкознания
Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Е.Н. Гуц

О 75 Основы деловой и межкультурной коммуникации : рабочая тетрадь для студентов направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»), 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика» / сост. Ю.В. Безбородова. – Нижневартовск: НВГУ, 2019. – 84 с.

ISBN 978-5-00047-513-3

Рабочая тетрадь предназначена для оптимизации самостоятельной работы студентов-бакалавров по освоению данной области знаний. Пособие призвано облегчить работу как на учебных занятиях (теоретических и практических), так и при выполнении самостоятельных работ; сформировать представления о коммуникации как научной области, об особенностях деловой и межкультурной коммуникации; углубить теоретические сведения.

Для студентов-бакалавров направлений подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика».

ББК 60.524.224.022

ISBN 978-5-00047-513-3

© Безбородова Ю.В., составление, 2019

© НВГУ, 2019

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая тетрадь «Основы деловой и межкультурной коммуникации» предназначена для студентов-бакалавров, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»), 42.03.02 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»).

Цель: данная рабочая тетрадь призвана сформировать представления о коммуникации как научной области, об особенностях деловой и межкультурной коммуникации; углубить теоретические сведения, приобретенные студентами-бакалаврами по данной проблеме.

Задачи:

1. Сформировать понятийный аппарат по дисциплине.
2. Сформировать навыки коммуникативной деятельности.
3. Развить представление о теории коммуникации как дисциплине, в основе изучения которой лежат взаимоотношения человека с миром, с обществом и самим собой.
4. Сформировать навык мышления в рамках «мультикультуризма» как позитивного отношения к иным культурам, признания ценностей культурного многообразия современного мира.
5. Сформировать умения и навыки контроля и самоконтроля посредством применения алгоритмизации и тестирования.
6. Научить применять полученные знания при решении образовательных и профессиональных задач.

Рабочая тетрадь для самостоятельных работ по дисциплине «Основы деловой и межкультурной коммуникации» включает в себя 7 разделов, 8-й раздел представляет собой итоговое тестирование.

Структура каждого раздела построена следующим образом.

1) Блок «**Теория**» направлен на проверку знаний основных теоретических понятий. В блоке предлагается дать ответы на основные тезисные вопросы по изучаемой теме. Работа с тезисной информацией позволит студентам вспомнить ключевые моменты, рассмотренные преподавателем на занятии. Данный материал также будет полезен при подготовке к точкам рубежного контроля и практическим работам.

2) Блок **«Практика»** содержит упражнения по теме.

3) В разделе **«Итоговое тестирование»** проверяется уровень сформированности знаний, умений и навыков по основным темам дисциплины **«Основы деловой и межкультурной коммуникации»**. Тестовые задания обеспечивают эффективность и простоту проверки ответов, что позволит студентам выявить пробелы в знаниях по той или иной теме.

Предлагаемая рабочая тетрадь по дисциплине **«Основы деловой и межкультурной коммуникации»** также содержит вопросы для самоконтроля знаний студентов по каждому из разделов, призванные организовать самостоятельную работу при подготовке к экзаменам. В конце рабочей тетради приводится список учебной и научной литературы, необходимой для подготовки к семинарским и практическим занятиям, выполнения контрольных работ и подготовки к экзаменам.

В конце 8-го раздела **«Итоговое тестирование»** указывается количество правильных и неправильных ответов (правильно выполненным считается задание, в котором не допущено ни одной ошибки), оценивание осуществляется в процентах от максимальной суммы баллов:

91–100% – «отлично» (высокий уровень, тема усвоена полностью, студент осознанно владеет изученным материалом по данной теме);

75–90% – «хорошо» (выше среднего уровня, тема усвоена с незначительными недочетами);

50–74% – «удовлетворительно» (средний уровень, тема усвоена слабо);

41–49% – «неудовлетворительно» (уровень ниже среднего, тема студентом не усвоена).

В блоках **«Теория»** и **«Практика»** оценивается каждое задание:

0–2 ошибки – «отлично»;

3 ошибки – «хорошо»;

4 ошибки – «удовлетворительно»;

5 и более ошибок – «неудовлетворительно».

Рабочая тетрадь может быть использована при изучении дисциплины **Б1.О.11 «Основы деловой и межкультурной коммуникации»**, которая относится к части обязательного цикла дис-

циплин и преподается на 1-м курсе (2-й семестр) очного отделения по программе обучения бакалавров по направлению подготовки **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»)**. Также материалы рабочей тетради могут быть использованы при изучении дисциплины **Б1.О.10 «Основы деловой и межкультурной коммуникации»**, которая относится к части обязательного цикла дисциплин и преподается на 1-м курсе (2-й семестр) очного отделения по программе обучения бакалавров по направлению подготовки **42.03.02 «Журналистика» (профиль «Деловая журналистика»)**. По учебному плану на изучение данных дисциплин отводится 3 зачетные единицы – 108 часов, из них лекционных занятий – 8 часов, практических – 22 часа, 78 часов составляет объем самостоятельной работы. Освоение дисциплин завершается сдачей зачета.

Изучение тем, входящих в рабочую тетрадь, позволяет сформировать у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и 42.03.02 «Журналистика», следующие компетенции:

универсальные:

– способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

общепрофессиональные:

– способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5).

1. ПРЕДМЕТ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Понятие коммуникации. Общая характеристика коммуникаций.
2. История возникновения и развития коммуникации.
3. Гипотезы о происхождении языка.
4. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
5. Концепции массовой коммуникации в исследованиях зарубежных социологов.
6. Концепции массовых коммуникаций в отечественных исследованиях.
7. Массовая коммуникация как система деятельности.
8. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия.

Задание 1. Приведите определения понятия «коммуникация»

Исследователь	Источник	Определение
1. Г.Г. Почепцов		
2. Ю.М. Лотман		

3. П. Шаран		
4. К. Шеннон и У. Уивер		

Количество неверных ответов _____
Оценка _____

Задание 2. Теория коммуникации складывалась как междисциплинарный курс. Укажите, какие аспекты коммуникации изучаются в данных науках.

Научная отрасль	Аспекты изучения коммуникации
Социология	
Психология	
Языкознание	

Семиотика	
Этнография	
Социоллингвистика	

--	--

Количество неверных ответов _____

Оценка _____

Задание 3. Укажите характеристики коммуникации как разно-
планового явления:

как биологического явления _____

как социального явления _____

как культурного явления _____

как психологического явления _____

Задание 4. Дайте определения следующим понятиям.

Информация – это _____

Коммуникативная ситуация – это _____

Коммуникативное событие – это _____

Речевая ситуация – это _____

Речевой акт – это _____

Дискурс – это _____

Общение – это _____

Количество неверных ответов _____

Оценка _____

Задание 5. Охарактеризуйте каждую из сторон общения.

Коммуникативная _____

Перцептивная _____

Интерактивная _____

Количество неверных ответов _____

Оценка _____

2. КОММУНИКАТИВНАЯ СРЕДА И СФЕРЫ КОММУНИКАЦИИ

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Понятие «коммуникативная среда».
2. Характеристика коммуникативной среды.
3. Сферы коммуникации.
4. Сфера деловой коммуникации.
5. Сфера межкультурной коммуникации.

Задание 9. Дайте определения следующим понятиям.

Коммуникативная среда _____

Сфера коммуникации _____

Оценка _____

БЛОК 2. ПРАКТИКА

Задание 10. Приведите по 2 примера события из указанных сфер коммуникации.

Сфера научной коммуникации _____

Сфера бизнес-коммуникации _____

Сфера бытовой коммуникации _____

Сфера политической коммуникации _____

Сфера образовательной коммуникации _____

Оценка _____

3. МОДЕЛИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИИ

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Модели коммуникации. Понятие «модель». Линейная модель Шеннона–Уивера. Модель Шрамма.
2. Перформанс. Ритуалы.
3. Структура новости и метафора.
4. Модели массовой коммуникации.
5. Семиотические модели.

Задание 11. Дайте определения следующим понятиям.

Адресант _____

Адресат _____

Сообщение _____

Средство коммуникации _____

Канал коммуникации _____

Код _____

Кодирование _____

Декодирование _____

Обратная связь _____

Оценка _____

Задание 12. Подготовьте письменное сообщение по следующим вопросам.

1. В чем состоит суть двухступенчатой модели коммуникации:
СМИ → лидеры мнений → получатели (адресат)?

2. Дайте характеристику сфере деловой коммуникации? Какая модель может подойти под ее описание?

Оценка _____

Задание 15. Проанализируйте следующие примеры и определите, по какой модели происходит коммуникативный процесс, по каким каналам происходит передача информации.

а) Итак, мы с вами рассмотрели актуальное членение высказывания. Чем высказывание отличается от предложения? Напомню, что предложение и высказывание тесно связаны между собой. Однако предложение – это структурно-семантическая единица языка, воплощаемая в синтаксической структурной схеме и отражающая семантическую денотативную ситуацию. Высказывание, в отличие от предложения, отражает еще и коммуникативную ситуацию с определенным адресантом, его мотивами и целями, обращенностью к адресату, в определенном месте и времени.

б) В каждом номере нашего журнала вы найдете 8–10 консультаций и около 40 ответов на сложные вопросы, подготовленные специалистами Минфина и Госналогслужбы РФ

Оценка _____

Задание 16. Изучите п. 2.2. «Теоретические модели коммуникации» учебника Е.А. Кожемякина «Основы теории коммуникации»². Какая теоретическая модель коммуникации более подходит для описания следующих ситуаций.

PR-коммуникация _____

Деловая коммуникация _____

Межкультурная коммуникация _____

Оценка _____

Задание 17. Какая из рассмотренных теоретических моделей коммуникации подходит для понимания сути межкультурной коммуникация; коммуникации в деловой сфере? Приведите 2–3 аргумента.

Оценка _____

² Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. С. 36–54.

Задание 18. Переведите в формы делового общения переговоры между Попом и Балдой, героями одноименной сказки А.С. Пушкина. Используйте язык бизнеса: совмещение профессий, система оплаты труда, работодатель, работник, претендент на должность, договор, контракт, условия работы, компромисс, консенсус, виды и содержание деятельности и пр.

Эпизод первый: заключение трудового соглашения.

*«Нужен мне работник:
Повар, конюх, плотник.
А где мне найти такого
Служителя не слишком дорогого?»
Балда говорит: «Буду служить тебе славно,
Усердно и очень исправно,
В год за три щелка тебе по лбу,
Есть же мне давай вареную полбу».
Призадумался поп,
Стал себе почесывать лоб.
Щелк щелку ведь рознь.
Да понадеялся он на русский авось.
Поп говорит Балде: «Ладно.
Не будет нам обоим накладно...»*

Эпизод второй: отношение работника к своим обязанностям.

Все ли условия соглашения выполняются?
Как выполнил Балда свои обязанности?

Эпизод третий: оплата труда, оговоренная соглашением.

Справедливость каких правил делового сотрудничества подтверждают заключительные слова Балды: «Не гонялся бы ты, поп, за дешевизною».

В заключение подготовьте аналитическую информацию: какие правила составления трудового соглашения были нарушены партнерами в ситуации «прием на работу».

Оценка _____

Задание 19. Расскажите об одном и том же событии, используя различные стили речи.

Задание 20. Придумайте фразы со словами: *терпение, терпеливость, терпимость, толерантность*.

Оценка _____

Задание 21. Продолжите фразы:
Стало ясно, что трудности с каждым годом будут _____

Мы надеемся, что к концу года уровень производства начнет _____

Моя тревога _____ каждым днем.

Площадь засоленных почв _____ с каждым годом.

(возрастать, увеличиваться, повышаться, усиливаться)

Оценка _____

Задание 22. Подберите синонимы к слову *сказал*.

Оценка _____

Задание 23. Выразите мысль без канцеляризмов: *Следует приложить все усилия для устранения негативных последствий этого явления.*

Оценка _____

Задание 24. «Переведите» наукообразные фразы.

Для создания положительного настроения можно рекомендовать такое известное средство, как улыбка.

Приступить к созданию ребенка можно только в хорошем настроении, осознавая всю полноту ответственности за это дело (из книги о самовоспитании)³.

Оценка _____

³ Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению: Учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005 // Административно-управленческий портал. URL: <http://www.aup.ru/books/m96/1.htm> (дата обращения: 20.04.2019).

4. ФУНКЦИИ КОММУНИКАЦИИ

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Характеристика функций коммуникации.
2. Типы коммуникации.
3. Формы коммуникации.
4. Содержание и средства речевой коммуникации в деловом общении.
5. Речевая деятельность.
6. Принципы речевой коммуникации.
7. Принцип вежливости Дж. Лича. Эффективность речевой коммуникации.
8. Слушание.
9. Искусство спора.
10. Невербальная коммуникация.

Задание 25. Раскройте содержание следующих понятий:

эмотивная функция _____

конативная функция _____

референтивная функция _____

поэтическая функция _____

фатическая функция _____

метакоммуникативная функция _____

вербальные средства коммуникации _____

невербальные средства коммуникации _____

паралингвистические средства коммуникации _____

Оценка _____

Задание 26. Выделите 5 основных отличий между типами коммуникаций:

между межличностной и массовой коммуникацией _____

между межличностной и групповой _____

между групповой и массовой коммуникацией _____

Оценка _____

Задание 27. Раскройте содержание принципов речевой коммуникации:

принцип последовательности _____

принцип предпочитаемой структуры _____

принцип кооперации _____

принцип вежливости _____

принцип равной безопасности _____

принцип децентрической направленности _____

принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано _____

Оценка _____

БЛОК 2. ПРАКТИКА

Задание 28. Проанализируйте индивидуальные и поведенческие особенности участников спора, выявите специфику этой коммуникативной формы и ее функции (информационную, социальную, экспрессивную, прагматическую):

Чичиков – «если и спорил, то как-то чрезвычайно искусно. Так, что все видели, что он спорил, а между тем приятно спорил». «Чтобы еще больше согласить своих противников, он всякий раз подносил им всем свою серебряную с финифтью табакерку, на дне которой лежали две фиалки, положенные туда для запаха» (Н.В. Гоголь «Мертвые души»).

Фельдшер – «чтобы продлить спор и оставить за собой последнее слово в споре, фельдшер уже начинает говорить глупости. У него вырываются слова вроде: ерунда, глупость, чушь, чепуха. В разговоре он откидывает назад голову, отчего волосы разлетаются в стороны, и то и дело тычет резко и прямо перед собой вытянутой рукой» (А.И. Куприн «Мелюзга»).

Варя – «...всякий разговор, даже о погоде, она непременно сводит на спор. У нее какая-то страсть – ловить всех на слове, уличать в противоречии, придираться к фразе» (А.П. Чехов «Учитель словесности»).

Оценка _____

Задание 29. Проанализируйте текст и определите, какие постулаты, правила общения нарушаются персонажем.

Грушницкого страсть была декламировать; он закидывал вас словами, как скоро разговор выходил из круга обыкновенных понятий; спорить с ним я никогда не мог. Он не отвечает на возражения, он вас не слушает. Только что вы остановились, он начинает длинную тираду, по-видимому, имеющую какую-то связь с тем, что вы сказали, но которая в самом деле есть только продолжение его собственной речи (М.Ю. Лермонтов «Герой нашего времени»).

Оценка _____

Задание 30. Сотрудник взволнованно рассказывает о конфликтной ситуации, которая представляет для вас интерес. Как его нужно слушать?

Оценка _____

Задание 31. Обратите внимание на манеру слушать своих друзей и партнеров. Умеют ли они слушать? Придерживаются ли установок эффективного слушания те собеседники, с которыми приятно разговаривать?

Оценка _____

Задание 32. Проанализируйте, какой стиль слушания – мужской или женский – вам ближе, нет ли привычек, мешающих собеседнику и обнаруживающих ваше неумение слушать?

Оценка _____

Задание 33. Проведите небольшие эксперименты с близкими друзьями. Попробуйте во время разговора сделать непроницаемое лицо и никак не реагировать на слова собеседника. В другом разговоре попробуйте усердно кивать и преувеличенно отражать эмоции партнера. В третьем – примите ту же позу, что и собеседник, а когда он разговорится, резко измените ее. Внимательно следите за состоянием рассказчиков во всех экспериментах.

Какой вывод можно сделать, исходя из эксперимента?

Оценка _____

Задание 34. Потренируйтесь в различных типах слушания в разных ситуациях общения.

Оценка _____

Задание 35. Постарайтесь использовать как можно больше приемов активного слушания в деловом разговоре.

Оценка _____

5. КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Структура коммуникативного процесса.
2. Характеристика элементов коммуникативного процесса.
3. Управление коммуникативными процессами.
4. Цели и роли коммуникаторов. Личность в системе коммуникации.
5. Массовое сознание. Общественное мнение. Массовая информация.
6. Аудитория коммуникации (обратная связь, барьеры коммуникации и искажение информации) в сфере деловой коммуникации.
7. Особенности коммуникативного процесса в сфере межкультурной коммуникации.

Задание 36. Раскройте содержание понятий:

коммуникативная личность _____

языковая личность _____

коммуникатор _____

аудитория _____

массовая аудитория _____

Оценка _____

Задание 37. Что такое реальная и потенциальная аудитория?
Отметьте верный ответ.

а) реальная – это та часть аудитории, которая регулярно потребляет информацию данного СМИ, а потенциальная потребляет информацию не систематически;

б) реальная аудитория – это та, которая часто сама выступает в СМИ, а потенциальная не вовлечена в производство информации;

в) реальная аудитория – это та, которая имеется у данного СМИ, а потенциальная – на которую оно рассчитано.

Оценка _____

Задание 38. Перечислите барьеры, которые могут возникнуть в коммуникативном процессе:

Оценка _____

Задание 39. Укажите формы обратной связи в массовой коммуникации.

Оценка _____

Задание 40. Укажите различия между понятиями «коммуникативная личность» и «языковая личность».

Оценка _____

Задание 41.

Кейс

Человек всегда пытается подчинить себе окружающее его небольшое пространство и воспринимает все находящееся в этом пространстве как часть себя или свою собственность.

В речевой коммуникации существует три зоны приближения:

1 м 30 см – личностная зона;

1 м – социальная зона;

45 см – интимная зона.

Если человек не ощущает коммуникативного пространства, он почти наверняка психически болен.

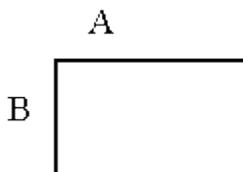
Очень часто люди входят в состояние нервного стресса оттого, что нарушаются их территориальные притязания.

Но человек не просто переносит себя в пространстве вместе со своим полем, он еще как бы оставляет это поле в тех местах, где он часто бывает. Для самого человека очень важно, чтобы он понял, где его место в доме или офисе, но не менее важно понять, где места других членов семьи или коллег.

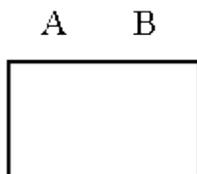
В деловом общении большое значение имеет использование возможностей сесть за стол именно там, где это важно для достижения целей или удобно. Какую же информацию можно «считывать», наблюдая за тем, как рассаживаются деловые люди?

1. Угловая позиция подходит больше всего для дружеской непринужденной беседы, хотя возможна и для делового разговора, например: врач – пациент, руководитель – подчиненный. Позиция способствует постоянному контакту глаз и создает условия для

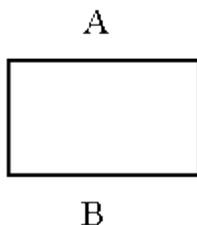
жестикуляции, не мешающей партнеру, позволяет наблюдать друг за другом. Угол стола служит частичным барьером: при возникновении конфронтации можно отодвинуться дальше, в ситуации взаимопонимания – сблизиться; территориальное разделение стола отсутствует.



2. Такая позиция подходит для непосредственного делового взаимодействия. Когда задача или проблема решаются совместно, людям нужно сидеть рядом, чтобы лучше понять действия и намерения друг друга, видеть анализируемые материалы, обсудить и выработать общие решения.



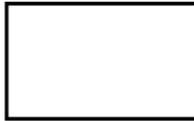
3. Положение деловых партнеров друг против друга создает атмосферу соперничества, при которой каждый из участников жестко ведет свою линию, отстаивает свою позицию, пытается обыграть делового партнера. Стол между ними становится своеобразным барьером. Достичь согласия при такой позиции за столом чрезвычайно трудно, даже компромисс затруднителен, а вот конфликт вполне возможен.



С другой стороны, такая позиция может свидетельствовать о субординации. Разговор тогда должен быть коротким и конкретным. Именно так садятся за стол переговоров: тогда это означает равноправную позицию и может способствовать конструктивному общению.

4. В определенных ситуациях делового общения целесообразно занимать независимую позицию, то есть по диагонали через весь стол. Эта позиция характерна для людей, не желающих взаимодействовать. Она свидетельствует об отсутствии заинтересованности или о желании остаться незамеченным, например, на деловом совещании, семинаре и пр.

А



В

Форма стола тоже имеет значение:

- *квадратный стол* способствует отношениям конкуренции и соперничества между людьми, равными по положению;
- за *прямоугольным столом* на встрече партнеров одинакового социального статуса главенствующим считается место, на котором сидит человек, обращенный лицом к двери;
- *круглый стол* создает атмосферу неофициальности и непринужденности.

Опишите несколько ситуаций в деловом общении с использованием анализа положения партнеров в пространстве.

Оценка _____

Задание 42. Прочитайте внимательно текст, выполните рекомендации А и Б, данные в конце задания.

Кейс

Вы проявили инициативу, чтобы встретиться с неким господином, и он пригласил вас в свой офис. Раньше вы не были знакомы друг с другом, каждый знает только официальный статус другого. У него в офисе вы никогда не бывали. Вам ничего не известно ни об особенностях характера вашего будущего собеседника, ни о его установках – как мировоззренческих, так и ситуативных.

Цель вашего визита – убедить собеседника принять предложение, которое отвечает взаимным интересам (будь то вопрос о бизнесе, купле-продаже, о совместном создании нового предприятия, о совместной научной разработке, о кооперации для убеждения третьего лица, о создании совместной общественной организации типа партии и т. п. Выбирайте любую близкую вам ситуацию).

До беседы вы затрудняетесь предположить, как он отреагирует на ваше предложение: согласится ли сразу же, станет ли упираться или вообще откажется. (По предварительному телефонному разговору он в ответ на краткое изложение вашего плана сказал, что это, может быть, и интересно, но «...сами понимаете, этот вопрос требует детальной проработки. Приезжайте, поговорим». Что это – вежливость или интерес?) Поэтому вы заготовили сразу три варианта предложения, каждый из которых отличается от других балансом интересов.

Первый вариант. Допустим, с самого начала вы почувствовали некоторую слабину в его поведении: несколько подбострастен (психологи говорят: поведение по типу «пристройки снизу»), практически готов сразу же принять ваше предложение «не торгуясь». В этом случае вы предлагаете вариант, когда большая

часть дивидендов приходится вам (вашей фирме), а ему это тоже выгодно, но по принципу «на безрыбье и рак рыба».

Второй вариант. Ситуация прямо противоположная: его поведение отличается вежливым высокомерием (типа «...мы ворочаем миллиардами, а вы тут...»), или, как говорят психологи, имеется «пристройка сверху». И на вербальном, и на кинетическом языке, и даже на языке его конституции его сознание и подсознание показывают независимость и устойчивость. Для этого случая вами заготовлен вариант, когда баланс интересов, баланс дивидендов от этого мероприятия – в пользу его фирмы, а вам – ну не то чтобы ничего, кое-что, конечно, с этого тоже хотелось бы иметь. Но могло быть и больше. И тем не менее вы будете согласны и на этот вариант, ибо сотрудничество с такой фирмой уже само по себе многое значит, да и лишний миллиард на дороге не валяется.

Третий вариант. Описанные выше два варианта вашего предложения являли собой, так сказать, крайние ситуации. Третий вариант рассматривает его поведение в расчете на средние дивиденды.

Вот вы открываете дверь кабинета, переступаете через порог и видите хозяина кабинета, возможного будущего партнера, после чего проводите в беседе с ним 40 минут. За это время ваш взгляд отметил следующие кинетические знаки собеседника:

- пиджак – на все пуговицы;
- улыбка на лице;
- вышел из-за стола;
- не отошел от стола;
- ладонь при рукопожатии снизу;
- посадил за маленький столик;
- дистанцировался в кресле;
- руки в положении «переднего большого замка»;
- разворот корпуса к партнеру;
- поворот головы к партнеру.

Рекомендации:

А. Анализируя перечисленные знаки, сделайте заключение, какой из трех вариантов прогноза деловой встречи был реализован.

<p>2. Вас делают другом. Манипулятор доверительно рассказывает о себе, а затем обращается с какой-нибудь обременительной просьбой: «Я вижу, вы мне так сочувствуете ... Вот спасибо ... я думаю, вы не откажетесь...»</p>	<p>Не проявлять дружеского участия в разговоре с мало-знакомым человеком, не замечать намеков</p>
<p>3. Доброжелатель. Чрезвычайно любезно и доброжелательно расспрашивает о личных делах, трудностях, затем обращается с просьбой, в которой после такого разговора трудно отказать</p>	<p>Не быть откровенным с человеком, которого вы не считаете другом, и не считать себя обязанным делать то, о чем просит участливый человек</p>
<p>4. «Дружим против общего врага». Манипулятор доверительно сообщает о том, как плохо высказался о вас руководитель или коллега. Он возбуждает неприязнь к «недоброжелателю», подталкивая к определенным действиям</p>	<p>Задайте себе вопрос: «С чего это вдруг он стал открывать мне глаза?»</p>
<p>5. Вас делают соратником по общему делу. Например, посетитель доверительно, с расчетом на понимание и сочувствие, посвящает вас в свой замечательный проект реорганизации работы фирмы. И тут же просит именно его бумаги показать директору в первую очередь</p>	<p>Подумайте: «А мое ли это дело?» Не поддавайтесь пафосу собеседника, отдавайте себе отчет в том, насколько вы сами считаете этот проект первоочередным</p>
<p>6. Туманные намеки. Манипулятор не высказывает прямо свою бестактную просьбу, а ходит вокруг да около</p>	<p>Прервать его высказывания вопросом: «Вы это о чем?»</p>
<p>7. Берет измором. Манипулятор с обворожительной улыбкой снова и снова повторяет одну и ту же просьбу, выполнить которую вы не можете или не хотите</p>	<p>«Заезженная пластинка» Каждый раз в ответ на просьбу следует повторять: «Рад бы вам пойти навстречу, но ничего не могу сделать»</p>

Распознавание эго-состояний осуществляется через анализ интонаций, поведения, выражения лица, жестов и положения тела, а также речевых клише, присущих конкретному типу ролей.

	Родитель	Ребенок	Взрослый
Общее поведение	1. Автоматически оценивающее, ироничное,	1. Не заботясь о реакции окружающих, игривое, любозна-	Раскрепощенно, по-деловому, объективно,

	<p>порицающее, наказывающее, обвиняющее, ищущее виновного, приказное, авторитарное. 2. Доброе, ободряющее, признательное, озабоченное, сочувствующее, помогающее, сверхзаботливое</p>	<p>тельное, творческое, хитрое, злорадное, излучающее избыток энергии, мечтательное. 2. С ощущением стыда, чувства вины, осторожное, боязливое, требующее одобрения, впадающее в отчаяние, скромное, неуверенное, жалующееся, придерживающееся правил. 3. Протестующее против более сильных и авторитетных, капризное, своенравное, непослушное, агрессивное</p>	<p>внимательно прислушиваясь к собеседнику, без эмоций, задавая открытые вопросы, задумываясь</p>
<p>Типичные фразы</p>	<p>1. Ты должен; Ты не должен; Это тебе нельзя; Как ты только можешь! Сколько тебе говорить одно и то же! Я не позволю так с собой обращаться! Прекрати это сейчас же! 2. Не ломай себе голову! Не так плохо, как кажется; Не вешай нос; Тебе это не по силам; Я могу вас понять; Иди, я сделаю за тебя</p>	<p>1. Я хочу; Я бы очень хотел; Прекрасно! Великолепно! Высший класс! Мне безразницы; Так тебе и надо. 2. Я не верю в свои силы; Я не смогу это сделать; Я боюсь; Я попробую; Я хотел только...; Почему всегда я? 3. Я этого не хочу; Оставьте меня в покое; Проклятье!</p>	<p>Все вопросы, начинающиеся со слов: Что? Когда? Где? Почему? Высказывания: возможно, вероятно, по моему мнению, я думаю, я полагаю, по моему опыту и др.; все, что допускает возможность дискуссии</p>

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

Вопросы к кейсу

1. Что такое «манипуляции в общении»?

2. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов?

3. Как противостоять манипуляциям в общении?

4. Назовите и охарактеризуйте манипулятивные роли по Эрику Берну.

5. Каким образом можно распознать эго-состояния родителя, взрослого, ребенка⁵?

Оценка _____

Задание 45. Эвфемизмы – мягкие эквиваленты достаточно резких слов или выражений, которые предпочтительно завуалировать, например, вместо «он умер» – «он ушел из жизни», «бедный» – «нуждающийся», «старый человек» – «человек преклонного возраста» и т. п. Придумайте не менее 10 слов, неприятных для партнера, и подберите к ним эвфемизмы.

Оценка _____

Задание 46. Назовите вежливые формы обращения с просьбой (*прошу вас, будьте так любезны* и т. п.), затем вежливые формы отказа (*к сожалению, не смогу вам помочь; это не в моих силах* и т. п.).

⁵ Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению: Учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005 // Административно-управленческий портал. URL: <http://www.aup.ru/books/m96/1.htm> (дата обращения: 20.04.2019).

Вспомните о предпочтительности в определенных ситуациях просьбы в сослагательном наклонении (*хотелось бы*), ответа по формуле *да, но...* .

Найдите формулы просьбы и отказа, уместные в общении с коллегой, с вышестоящим лицом, с клиентом фирмы.

Оценка _____

Задание 47.

Кейс

Тест «Культура телефонного общения»

*В тесте даются формулировки наиболее распространенных правил телефонного общения. Если вы **всегда** соблюдаете данное правило, то запишите себе 2 балла, **иногда** – 1 балл, **никогда** – 0.*

1. Я набираю номер телефона только тогда, когда твердо уверен в его правильности.

2. Я тщательно готовлюсь к деловому телефонному разговору, добиваясь максимальной краткости.

3. Перед особо ответственными телефонными переговорами делаю нужные записи на листке бумаги.

4. Если предстоит долгий разговор, спрашиваю собеседника, располагает ли он достаточным временем и, если нет, переношу разговор на другой, согласованный, день и час.

5. Добившись соединения по телефону с нужным учреждением, называю себя и свое предприятие.

6. Если я «не туда попал», прошу извинить меня, а не вешаю молча трубку.

7. На ошибочный звонок вежливо отвечаю: «Вы ошиблись номером» и кладу трубку.

8. Работая над важным документом, выключаю телефон.

9. В деловых телефонных переговорах «держу себя в руках», даже если до этого был чем-то раздосадован.

10. В качестве отзыва на телефонный звонок называю свою фамилию или организацию.

11. Во время продолжительного монолога собеседника по телефону время от времени подтверждаю свое внимание краткими репликами.

12. Завершая деловой разговор по телефону, благодарю собеседника и желаю ему успеха.

13. Если коллега, которого спрашивают по телефону, отсутствует, спрашиваю, что ему передать, и оставляю записку на его столе.

14. Если во время разговора с посетителем звонит телефон, я, как правило, прошу перезвонить позже.

15. В присутствии сотрудников стараюсь говорить по телефону вполголоса.

16. Если собеседника плохо слышно, прошу говорить громче или перезвонить.

Ответы

25 баллов и более – вы вполне владеете культурой телефонной беседы;

20–24 баллов – в целом, вы владеете искусством телефонного разговора, но есть еще резервы для совершенствования;

менее 20 баллов – целесообразно еще раз изучить правила.

Перед каждым звонком ответьте самому себе на 3 вопроса:

Имеется ли острая потребность в разговоре?

Обязательно ли знать ответ партнера?

Нельзя ли встретиться с партнером лично?

Какие вопросы лучше всего решать по телефону:

вы хотите быстро сообщить или получить определенные сведения;

вам надо выяснить мнение того или иного должностного лица по интересующему вас вопросу;

вам надо уточнить, остается ли в силе прежняя договоренность о встрече с кем-то;

вам надо сообщить партнеру об изменении ситуации;

вы договорились с кем-то о телефонном звонке.

Когда звонить? С 8.00 до 9.30, с 13.30 до 14.00, после 16.30. В другие часы длительность разговора по телефону удваивается, решение затягивается.

Выражения, которых следует избегать

Я не знаю	Такой ответ подрывает доверие к вам и вашей фирме. Лучше попросить разрешения подождать и уточнить необходимую информацию, например: «Разрешите, я уточню это для вас»
Мы не сможем этого сделать	С помощью такой фразы вы можете потерять клиента или партнера. Попытайтесь найти возможное решение проблемы собеседника. Думайте о том, что можно в этой ситуации сделать, а не о том, чего нельзя
Подождите секундочку, я скоро вернусь	Говорите правду, когда прерываете разговор: «Для того чтобы найти нужную информацию, может потребоваться две-три минуты. Можете ли подождать или позволите я перезвоню», запишите номер телефона
Нет	«Нет» в начале предложения не способствует конструктивному решению проблемы. Используйте приемы, не позволяющие клиенту или партнеру ответить «нет», например: «Мы не в состоянии выплатить вам компенсацию, но готовы предложить дополнительную услугу. Это вас устроит, ведь так?»

При обычном внутригородском общении **регламент** делового телефонного разговора ограничивает продолжительность

информативной беседы	1 мин. – 1 мин. 15 с
беседы, целью которой является решение проблемы	3 мин.

При этом соответственно выделяются следующие композиционные части:

Информативная беседа	Деловые переговоры с целью принятия решения
1. Взаимное представление 20±5 с	1. Взаимное представление 20±5 с
2. Введение собеседника в курс дела 40±5 с	2. Введение собеседника в курс дела 40±5 с
3. Заключительные слова и слова прощания 20±5 с	3. Обсуждение ситуации 100±5 с
	4. Заключительные слова и слова прощания 20±5 с

В целях экономии времени представление во время телефонного диалога происходит не так, как при личной встрече. Сначала называется фирма, затем должность и фамилия звонящего:

А. – Фирма «Информцентр», здравствуйте.

Б. – Добрый день.

А. – Отдел связей с общественностью. Мы вам делали предложение в отношении рекламной поддержки презентации нашей организации.

При жестком лимите времени выработались устойчивые речевые формулы, закрепленные за той или иной ситуацией и облегчающие выбор словесной формы передачи информации. Так, например, при переходе ко второй части (введение собеседника в курс дела) часто используют следующие фразы:

<i>Мне нужно (необходимо)</i>	<i>проинформировать вас ... поставить в известность ... обсудить с вами вот что ...</i>
<i>Я должен (должна)</i>	<i>сообщить вам ... объяснить вам ...</i>
<i>Вы не могли бы меня</i>	<i>проконсультировать ...?</i>
<i>Я звоню вам вот по какому делу ...</i>	
<i>У меня вот какой вопрос ...</i>	
<i>Я вам звоню ...</i>	<i>по просьбе ... по рекомендации ...</i>
<i>Меня просили</i>	<i>с вами связаться по вопросу ...</i>

В отсутствие визуального контакта реактивные реплики должны быть более энергичными. Трубка не должна «молчать»: для говорящего это означает, что его не слушают или слушают невнимательно. Реактивные реплики типа «Да-да», «Хорошо», «Понятно», «Так-так» сопровождают сообщение.

При переходе ко второй, а затем к третьей части (обсуждение ситуации) говорящими часто используются приемы перефразирования и авторизации информации (авторизация – ссылка в речи на источник информации).

Перефразирование	<ul style="list-style-type: none"> – Как я вас понял ... – Как я понимаю, вы утверждаете ... – Другими словами, вы считаете ... – Если я вас правильно понял, вы говорите ...
-------------------------	---

Авторизация	<ul style="list-style-type: none"> – По моим предположениям ... – По нашим сведениям ... – По данным ... – По имеющимся у нас данным ... – Как нам стало известно ...
--------------------	--

Иногда из-за плохой слышимости, большого объема информации, которую трудно воспринять на слух, абоненты используют реплики корректирующего характера:

- Вы не могли бы повторить ...
- Простите, я не расслышал ...– Вы меня слышите?
- Вы поняли мое сообщение?
- Вы меня не так поняли... (не совсем верно поняли...; неправильно поняли...)

Очень существенным с точки зрения реализации речевого замысла является **результатирующий этап**.

Заключительные фразы, предшествующие выходу из контакта

Вызывающий	Принимающий
– Кажется, все обсудили (обговорили)	– Все?
– Вот, пожалуй, и все	– У вас все ко мне?
– Вот и все	– Вы закончили?
– Договорились?	– По этому вопросу, кажется, все?
– Обо всем договорились?	– Еще что-нибудь?
– Вы удовлетворены?	– Да, пожалуй
– Что-нибудь еще?	– Да-да, конечно!
– Больше никаких уточнений и дополнений не будет?	– Кажется, ничего
– Вы что-то еще хотите сказать?	– Нет
	– Нет, что вы!

Благодарят за информацию, предложение, приглашение, поздравление, помощь:

- Спасибо за предложение, мы обсудим возможность участия в выставке.
- Благодарю вас за приглашение и с удовольствием его принимаю.
- Очень признателен вам за помощь.
- Должен (должна) поблагодарить вас за консультацию.

Извиняются за беспокойство, за несанкционированный звонок, за долгий разговор (большое количество вопросов), за беспокойство в нерабочее время, за поздний звонок, за прерывание разговора по каким-то причинам, за неверное соединение:

- *Прошу прощения за то, что беспокою вас в выходной день ...*
- *Примите мои извинения за слишком долгий разговор (за большое количество вопросов) ...*
- *Извините за то, что отрываю вас от дел ...*
- *Извините за затянувшийся разговор ...*

Выражают надежду на скорую встречу, на благоприятное решение вопроса, исход дела.

Вопросы к кейсу

1. Каковы основные функции деловой беседы?

2. Что значит «отработать ход» беседы?

3. На какие вопросы нужно подготовить ответы перед деловой беседой?

4. Что влияет на успех деловой беседы?

5. Каковы особенности делового телефонного разговора?

6. Как правильно подготовиться к деловому разговору по телефону?

Оценка _____

Задание 48. Предложите новую рекламную услугу по телефону различным типам клиентам.

Оценка _____

Задание 49. Вы звоните новому (старому) клиенту, потребности и вкусы которого вам неизвестны (известны). Вам необходимо: расположить к себе клиента; убедить его сделать заказ.

Оценка _____

Задание 50. Вам необходимо напомнить о себе после продолжительного перерыва. Как вы построите беседу по телефону? Как беседа по телефону будет зависеть от типа партнера? Приведите две-три различные ситуации⁶.

Оценка _____

Задание 51. Договоритесь об интервью.

Оценка _____

⁶ Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению: Учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005 // Административно-управленческий портал. URL: <http://www.aup.ru/books/m96/1.htm> (дата обращения: 20.04.2019).

6. ОСНОВЫ СЕМИОТИКИ

БЛОК 1. ТЕОРИЯ

Контрольные вопросы

1. Семиотика как наука
2. Знак. Типы знаков.
3. Семантика, синтактика, прагматика как основные направления семиотики
4. Семиотические особенности различных сфер коммуникации.

Задание 52. Исходя из приведенной информации, попробуйте отобразить соотношение направлений семиотики со сторонами семиотического треугольника.

Кейс

В семиотике, лингвистике и теории коммуникации для исследования знаковых отношений принято пользоваться так называемым «треугольником Фреге» (рис. 1).

Тип вещи, предмета, явления действительности называют денотатом знака. Конкретную вещь чаще называют референтом знака. Поскольку человек обозначает вещи не напрямую, а через свое восприятие вещи, то в эту вершину треугольника часто помещают представление о вещи, сигнификат знака. Понятие также иногда называют еще и по-другому: концепт, или десигнат знака.

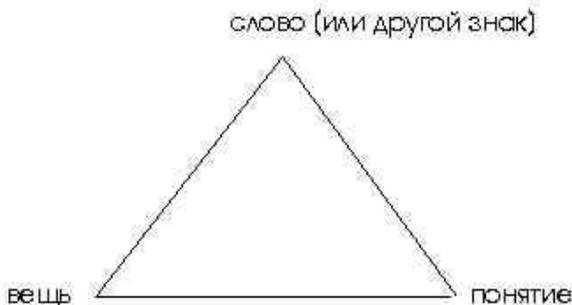


Рис. 1. Треугольник Фреге

Треугольник Фреге может использоваться и в более широком смысле – для обозначения связей человека с окружающим его миром (рис. 2):



Рис. 2. Семиотический треугольник

Вся жизнь и деятельность человека и человечества проходит в рамках этого треугольника. Три стороны треугольника Фреге дают три раздела семиотики: семантику (значение), синтактику (знак), прагматику (человек)⁷.

Оценка _____

Задание 53. Выделите основные понятия темы, составьте глоссарий.

Кейс

Знак не рождается внезапно, в природе имеются возможности для его возникновения. Взаимодействия предметов и существ могут происходить как непосредственно, так и опосредованно. Выделяют три вида знаков по степени близости их к исходному предмету: признаки, сигналы и собственно знаки. Цвет овоща или фрукта является признаком зрелости или свежести (и наоборот). Дым сигнализирует о наличии пожара. Знак выполняет функцию замещения предмета.

Как пишет Ю.С. Степанов, в основе всех употреблений языковых знаков любого языка лежат три элементарные функции. Эти

⁷ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 114–118.

функции принадлежат не конкретному языку, а языку вообще. Три элементарные функции состоят в том, чтобы

- назвать предметы реального мира (*номинация*);
- привести названное в связь друг с другом (*предикация*);
- локализовать названное в пространстве и времени (*локация*).

То есть три названные функции соответствуют трем аспектам общей семиотики: *семантике, синтактике и прагматике*.

Семантика соотносит знаки языка с объектом номинации (*денотатом* для языкового знака или *референтом* для речевого знака).

Синтактика (синтаксис) соотносит знаки друг с другом в рамках линейной последовательности (*предложения* в языке и *высказывания* в речи). Прагматика показывает отношение между знаком и пользователем языка (употребление знаков, предложение соотносится с хронотопом пользователя я–здесь–сейчас и его отношением к высказываемому и связью этого последнего с действительностью – *модальность*).

Три основные семиотические функции или даже три основные семиотические сферы вытекают из семиотической модели коммуникации. Знак является посредником между пользователем языка и объектами внешнего мира, а знаковая система – посредником между внешним миром, средой в целом и пользователем:

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ – ЗНАК – ОБЪЕКТ

По мнению Ю.С. Степанова, наука в своем развитии идет вслед за сторонами изучаемого объекта. По мере продвижения научные концепции, интересы, парадигмы (системы взглядов и школ), моды сменяют друг друга. Современное состояние гуманитарных наук позволяет сделать вывод о превалировании интереса к пользователю коммуникативных систем, к человеку, к прагматическому аспекту.

Под прагматикой (прагматизмом, прагматичностью) понимают в быту – и не только в быту – полезность, практичность, работоспособность той или иной идеи, концепции, политики, метода и т. п. как критерий их достоинств. Подходы к достижению конкретного результата в бизнесе, политике или общественных отношениях зачастую называют прагматическими. Весьма часто этот термин приобретает дополнительные положительные конно-

тации (например, в высказываниях об американском бизнесе и американской политике).

Деятельностный аспект языка подчеркивался американским философом и лингвистом Джоном Сёрлем, взгляды которого формировались под влиянием его учителя, английского логика и философа Джона Л. Остина (J.L. Austin). В книге последнего – *How to do things with words?* (1962), – написанной по мотивам его Гарвардских лекций 1955 г., ставится вопрос: можно ли творить реальность словами? Ответ подсказали суждения весьма оригинального типа, которые в дальнейшем вошли и в классификацию речевых актов Сёрля под названием *перформативов*.

Речевой акт заключается в произнесении говорящим высказывания, адресованного слушающему в определенной обстановке и с конкретной целью (сравните с формулой Лассуэлла: *Who says what to whom with what effect*). То есть в результате совершения речевого акта говорящий влияет на слушающего в плане изменения его мнения, ментального или психического состояния, побуждения к действию и т. п. Сам этот посредник между отправителем сообщения и его целью – речевой акт – распадается на три-четыре составляющие:

- акт произнесения (*локуция*);
- акт указания и предсказания (*пропозиция*);
- акт придания высказыванию *коммуникативной (иллокутивной) силы*: приказание, обещание, утверждение, вопрос и т.п.;
- далее выделяется *перлокуция*: эффект, оказываемый на адресата.

Хотя в реальном высказывании все эти аспекты слиты воедино, все же их можно выделить в результате анализа и наблюдения: различным иллокутивным актам может соответствовать один и тот же пропозициональный акт (*Он идет в баню. Идет ли он в баню? Шёл бы он в баню!*); различным локутивным актам может соответствовать один и тот же пропозициональный и иллокутивный акт (*Обещаю хорошо учиться. Даю обещание быть примерным учеником*).

Иллокутивные акты являются частью языка вообще, а не только конкретных языков. По своей иллокутивной силе выделяются пять категорий иллокутивных актов:

- *ассертивы* (утверждать, отрицать, отвечать, возражать и т. п.);
- *директивы* (попросить, приказать, командовать, умолять, разрешить, пригласить, посоветовать);
- *комиссивы* (обещать; давать зарок, обет, клятву, слово; ругаться, принять план действий);
- *экспрессивы* (благодарить, поздравлять, извиняться, соболезновать);
- *декларации* (давать имя, крестить, объявлять мужем и женой, издавать указ, подавать в отставку).

В дальнейшем некоторые исследователи заметили, что речевые акты не существуют сами по себе, а соединяются в соседних высказываниях, в тексте. Можно даже говорить о едином *текстовом акте*, соотношенном с общей стратегией текста, связанным с доминантной целью, интенцией данного текста. Такую общую или доминантную цель текста иногда называют прагматическим фокусом текстового акта.

Например, рекламный текст (вербальный и невербальный его компоненты) может выполнять различные функции, сочетая в себе ассертивы (информация о продукте, в том числе и изображения), комиссивы (например, гарантии качества или безопасности), экспрессивы (выражение восхищения товаром и его качествами, в том числе и через эстетику изобразительного ряда) и другие речевые акты. При этом прагматическим фокусом рекламы всегда является директив: *Пойди и купи!*⁸

Оценка _____

⁸ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 119–122.

Задание 54. Используя классификацию систем знаков (по В.Н. Агееву), приведите примеры использования образных, конвенциональных и натуральных знаков.



Задание 55. Составьте семиотический анализ рекламного сообщения⁹.

Рекламное сообщение		
Языковое сообщение	Буквальное иконическое сообщение	Небуквальное иконическое сообщение
		1-й знак
		2-й знак
		3-й знак
		4-й знак
		5-й знак
		6-й знак

⁹ Елина Е.А. Семиотика рекламы: Учеб. пособие. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. С. 70.

		7-й знак
		n-й знак

Оценка _____

Задание 56. Прочитайте семиотический анализ рекламы зубной пасты «Серебряный жемчуг». Устраните недочеты, введите в текст свои дополнения. Сделайте аналогичный семиотический анализ какого-либо другого рекламного сообщения.

В журнальной рекламе отечественной зубной пасты «Серебряный жемчуг» наряду с языковым сообщением (слоган «Улыбайтесь на здоровье» и пр.), буквальным иконическим (изображение тюбика и щетки на белом фоне рядом с оранжево-желтыми фруктами) имеется третье, небуквальное иконическое сообщение, в котором распознается целый ряд знаков. Прежде всего, при виде белоснежного фона возникает ассоциация с белоснежными, «голливудовскими» зубами и чистотой. Однако (это второй знак) достигается такой американский эффект не с помощью импортной жвачки, аэрозоля, зубной пасты, а при использовании своей, российской продукции. Третий знак – изображение цитрусовых – наводит на мысль о витаминах и здоровье. И еще один, четвертый знак, указывает на то, что перед нами – именно реклама (место на журнальной странице, броскость сообщения, подписи). Это изображение, основанное на некотором коде, несет в себе четыре знака, образующих цельную совокупность, требующую определенных культурных знаний и выходящую в область дополнительных смыслов.

Итак, рекламное изображение в целом содержит три сообщения – языковое, иконическое без кода и иконическое с кодом. Подобное разграничение возможно предпринять только при анализе структуры изображения, так как потребитель воспринимает все

три сообщения почти одновременно. При восприятии рекламы потребителем на первичное и естественное, «буквальное» иконическое сообщение накладывается иконическое сообщение второго порядка (небуквальное), смыслы которого воплощены в знаках, поддающихся интерпретации. Первое же, языковое сообщение, имеет смысл только в сочетании с двумя иконическими и является окончательным смысловым завершением целостного рекламного изображения¹⁰.

Оценка _____

Задание 57. Домыслите и восстановите основную часть рекламного сообщения, опираясь на приведенный ниже начальный семиотический элемент – заголовок¹¹:

Качественный ремонт Вашего автомобиля!

Веселые каникулы!

Самые низкие цены для Вас!

¹⁰ Елина Е.А. Семиотика рекламы: Учеб. пособие. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. С. 107–108.

¹¹ Там же. С. 110–111.

Скучно?

Холодно?

Оценка _____

7. АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНОГО АКТА

Задание 58. Выполните первичный анализ коммуникативного акта по схеме¹².

Схема первичного анализа коммуникативного акта

1. Кто является отправителем/источником сообщения (индивид или организация)?

2. Что является содержанием сообщения (письменного или печатного текста, устной речи, мимики, жестов и пантомимики, позы и пространственного расположения, изображения, фильма, ролика, видеоряда, логотипа, символики и т. п.) и в какой форме или разновидности осуществляется коммуникация?

3. Кому направлено сообщение, кто является адресатом (индивид, организация, народ и т. п.) и каков тип коммуникации (интраперсональная, межличностная, групповая, внутриорганизационная, массовая, межкультурная)?

4. По какому каналу передается и принимается сообщение (визуальный, слуховой, кинестетический, тактильный)?

5. Каковы цели и функции коммуникации в данном случае (выражение, обращение, сообщение, поэтическая, фатическая, метакоммуникативная)? Чьи и какие потребности она обслуживает?

Таблица анализа коммуникативного акта

Источник	Сообщение и форма	Адресат и тип	Канал	Цели и функции

¹² Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 214–215.

кто?	кто сообщает?	кому?	каким способом?	зачем?
------	---------------	-------	-----------------	--------

Оценка _____

Задание 59. Выполните типологический анализ коммуникативного акта¹³.

**Схема типологического анализа коммуникативного акта
(события коммуникации)**

Источник	Код	Форма сообщения	Каналы	Средства коммуникации	Виды коммуникации	Адресат
индивид, коллегиальный, кооперативный, коллегиально-кооперативный, коллективный отправитель	вербальный язык (какой); невербальный код (какой)	письменная, устная, визуальная, смешанная	слуховой, визуальный, тактильный, вкусовой, несколько каналов	естественные (голос, части тела); технологические (печать, шрифты, картинки, фильм, фото, графика и т. п.)	основные (межличностная, групповая, массовая); подвиды (межкультурная, организационная)	индивид, коллегиальный, коллективный адресат

¹³ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 216.

--	--	--	--	--	--	--

Оценка _____

Задание 60. Проведите личностный анализ коммуникативного события¹⁴.

**Схема личностного анализа коммуникативного акта
(события коммуникации)**

	Тип коммуниканта	Индивидуальный тип	Вербальные средства	Невербальные средства	Стратегия и тактика
Отправитель					
Получатель					

1. Каковы типологические характеристики коммуникантов?

Отправитель (*индивидуальный, коллегиальный, кооперативный, коллегиально-кооперативный, коллективный речедеятель*).

Получатель (*индивидуальный, коллегиальный, кооперативный, коллегиально-кооперативный, коллективный речедеятель*).

¹⁴ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 220.

2. Каковы личностные коммуникативные характеристики участников общения?

Тип коммуникативной личности (*доминантный, мобильный, ригидный, интровертный* коммуникант).

Трансактный анализ по Э. Берну (состояния Я /ego-состояния: *Родитель, Взрослый и Ребенок*).

3. Какие средства подтверждают характеристики коммуникантов?

Вербальные (*лексика, грамматика, интонация, фонетика, скорость речи, ритм* и т. п.).

Невербальные (*язык тела, паралингвистические средства, одежда и украшения, жесты, мимика, положение тела, проксемика, тактильная коммуникация*).

Общекommunikативные (*стратегия, тактика, коммуникативная компетентность, этикет*).

Оценка _____

Задание 61. Проведите функциональный анализ коммуникативного акта/события, укажите средства исполнения той или иной функции¹⁵.

Схема функционального анализа коммуникативного акта (события коммуникации)

Функция	Средства
Эмотивная	Адресант непосредственно выражает свое отношение к теме и ситуации: модальные слова и обороты мнения и т. п.

¹⁵ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 217.

Конативная	Внимание сосредоточено на адресате: обращения и императивы, привлечение внимания, побуждение, указатели и т. п.
Референтивная	Внимание сосредоточено на ситуативном контексте коммуникации: объекте, теме, содержании дискурса.
Поэтическая	Внимание сосредоточено на самом сообщении и ради сообщения: тропы и фигуры речи, украшения и т. п.

Фатическая	Использование коммуникативной системы для установления контакта, поддержания и окончания общения.
Мета-коммуникативная	Сосредоточение внимания на самом коде: установление и описание параметров коммуникации и интерпретации.

1. Заполните таблицу для того коммуникативного события, которое Вы наблюдали (презентация фирмы, инаугурация президента, визит иностранной делегации, продажа нового продукта, рекламное объявление, встреча директора школы с родителями будущих школьников, рекламная кампания и т. п.).

2. Какие функции являются доминирующими в данном коммуникативном акте/событии (функциональный фокус коммуникативного акта/события)?

Оценка _____

Задание 62. Проведите прагматический анализ коммуникативного акта/события, укажите средства исполнения той или иной прагматической функции¹⁶.

**Схема прагматического анализа коммуникативного акта
(события коммуникации)**

Прагматическая функция	Средство (на примере глаголов)	Цель/перлокутивный эффект
ассертив	утверждать, отрицать, отвечать, возражать и т. п.	
директив	попросить, приказать, командовать, умолять, разрешить, пригласить, посоветовать	
комиссив	обещать; давать зарок, обет, клятву, слово; ручаться, принять план действий	

¹⁶ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 219.

экспрессив	благодарить, поздравлять, извиняться, соболезновать	
декларация	давать имя, крестить, объявлять мужем и женой, издавать указ, подавать в отставку	

Что вы можете сказать о наличии косвенных коммуникативных актов в данном сообщении (коммуникативном событии)? Через какие типы коммуникативных актов они выражаются?

Каков прагматический фокус сообщения (текста, события), его основная прагматическая функция?

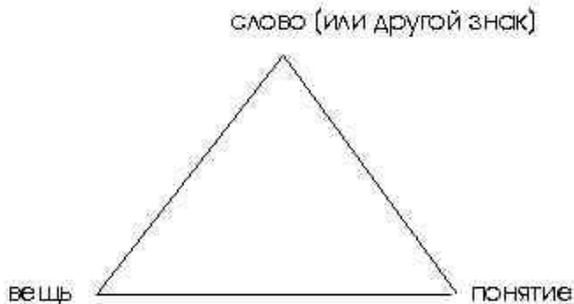
Оценка _____

Задание 63. Проведите семиотический анализ элементов коммуникативного акта (коммуникативного события)¹⁷.

Схема семиотического анализа элементов коммуникативного акта (коммуникативного события)

1. Выделите два семиотических плана знака (план выражения и план содержания).
2. Начертите семиотический треугольник для каждого анализируемого знака, определите его.

¹⁷ Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 218.



3. В каких синтаксических и семантических отношениях находится данный знак с другими в данном коммуникативном акте (событии коммуникации)?

4. Какие дополнительные значения (коннотации) получает данный знак? Как использование знака зависит от коммуникативной среды? Проанализируйте преимущественное использование вербальных и невербальных знаков в различных коммуникативных средах (торговой, производственной, политической, образовательной, туристической, транспортной, городской и т. п.).

Оценка _____

8. ИТОГОВОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ

1. Наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем называется:

- а. психология;
- б. коммуникация;
- в. семиотика;
- г. кибернетика.

2. Особенности общения разных групп, их взаимодействие с точки зрения коммуникативных процессов изучает:

- а. семиотика;
- б. психология;
- в. культурология;
- г. этнография.

3. Распределите средства коммуникации в порядке их появления:

- а. посыльный;
- б. почта;
- в. телеграф;
- г. знаковые сигналы.

4. Ученый, выдвинувший теорию зависимости развития цивилизации от изобретения средств коммуникации:

- а. И. Гутенберг;
- б. К. Шеннон;
- в. М. Маклюэн;
- г. У. Уивер.

5. Теория происхождения языка «по природе», существовавшая в античной науке:

- а. божественная;
- б. наследственная;
- в. фюсей;
- г. тесей.

6. Теория происхождения языка «по установлению», существовавшая в античной науке:

- а. божественная;

- б. наследственная;
- в. фюсей;
- г. тесей.

7. Трудовая теория происхождения языка была впервые выдвинута в работах:

- а. Л. Нуаре;
- б. Ж. Руссо;
- в. Ф. Энгельса;
- г. К. Бюхера.

8. Автор фрагмента «Роль труда в процессе превращения обезьяны в человека»:

- а. В. фон Гумбольдт;
- б. Ф. Энгельс;
- в. Л. Нуаре;
- г. К. Маркс.

9. Общество, которое возникнет на пятом этапе развития эволюции, по теории Маклюэна:

- а. развитого капитализма;
- б. постиндустриальное;
- в. информационное;
- г. «глобальная деревня».

10. Коммуникация – это:

- а. средство связи любых объектов материального и духовного мира;
- б. общение, в ходе которого люди обмениваются информацией;
- в. передача и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты;
- г. все вышеперечисленное.

11. Взаимодействие социальной системы с внешними социальными образованиями:

- а. массовые коммуникации;
- б. внутриорганизационные коммуникации;
- в. внешние коммуникации;
- г. межличностные коммуникации.

12. Первичной формой коммуникации является:

- а. дискуссия;
- б. монолог;
- в. брифинг;
- г. диалог.

13. Основные элементы акта коммуникации «оратор–речь–аудитория» выделил:

- а. Г.Д. Лассуэлл;
- б. Аристотель;
- в. Клод Шеннон.

14. Модель К. Шеннона и У. Уивера относится:

- а. к спиральным
- б. к линейным
- в. к кубическим

15. Модель Шеннона–Уивера модифицировал:

- а. Р. Якобсон;
- б. Н. Виннер;
- в. У. Шрамм.

16. Модель Н. Виннера относится:

- а. к линейным;
- б. к кубическим;
- в. к кибернетическим;
- г. к математическим.

17. Социально-психологическую модель разработал:

- а. А. Маклин;
- б. У. Уивер;
- в. Г. Малецке;
- г. Т. Ньюкомб.

18. Индивидуум выступает одновременно как источник и как получатель информации:

- а. в кибернетических моделях;
- б. в социально-психологических моделях;
- в. в циркулярных моделях.

19. Самая известная семиотическая модель принадлежит:

- а. М. Маклюэну;
- б. А. Маклину;
- в. Ю. Лотману.

20. Функции антенны, усилителя, фокуса, призмы, эха выделяют:

- а. у межличностной коммуникации;
- б. у массовой коммуникации;
- в. у внешней коммуникации.

21. Факторы, которые учитываются при выборе канала массовой коммуникации:

- а. система распределения информации;
- б. частота и периодичность прохождения информации;
- в. специфика аудитории;
- г. стоимость использования;
- д. все вышеперечисленное.

22. Форма проявления речевого общения:

- а. речевое поведение;
- б. речевая деятельность;
- в. речевой акт.

23. К средствам коммуникации относятся:

- а. знак;
- б. слово;
- в. эмблема;
- г. жест;
- д. все перечисленное.

24. Содержание речевого общения:

- а. речевое поведение;
- б. речевая деятельность;
- в. речевой акт.

25. Протекающий в контексте речевой ситуации дискурс:

- а. речевое событие;
- б. речевая деятельность;
- в. речевое поведение.

26. Постулат «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется» относится к категории:

- а. количества;
- б. качества;
- в. отношения;
- г. способа.

27. Постулат «Старайся, чтобы высказывание было истинным» относится к категории:

- а. количества;
- б. качества;
- в. отношения;
- г. способа.

28. Постулат «Не отклоняйся от темы» относится к категории:

- а. количества;
- б. качества;
- в. отношения;
- г. способа.

29. Постулат «Выражайся ясно» относится к категории:

- а. количества;
- б. качества;
- в. отношения;
- г. способа.

30. Принципы вежливости разработал:

- а. Дж. Лич;
- б. Г. Грайс;
- в. М. Маклюэн;
- г. Ю.Лотман.

31. Вид спора, основной целью которого является нахождение правильного решения спорного вопроса:

- а. дискуссия;
- б. дебаты;
- в. полемика;
- г. прения.

32. Публичный спор с целью защитить свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента:

- а. дискуссия;
- б. дебаты;
- в. полемика;
- г. прения.

33. Установите соответствия между определениями принципов речевой деятельности:

а. принцип последовательности	1. характеризует особенности речевых фрагментов с подтверждающими и отклоняющими ответными репликами
б. принцип предпочитаемой структуры	2. предполагает готовность партнеров к сотрудничеству
в. принцип кооперации	3. ожидание реплики соответствующего типа

34. Установите соответствия между определениями максим вежливости:

а. максима такта	1. максима необременения собеседника, она предохраняет его от доминирования в ходе коммуникативного акта
б. максима великодушия	2. максима благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора
в. максима одобрения	3. «делать коммуникативную цель собеседника предметом обсуждения допустимо лишь в том случае, если цель эта им эксплицитно (открыто) обозначена»
г. максима скромности	4. «не осуждай других»
д. максима симпатии	5. одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка

35. Деструктивное общение может быть обусловлено:

- а. умением слушателя проникнуть в замысел говорящего;
- б. эгоизмом;
- в. предоставлением равных возможностей в получении необходимой информации;
- г. непричинением ущерба делу, ради которого стороны вступили во взаимодействие.

36. Семантический барьер – это:

- а. коммуникативные помехи, возникающие вследствие неправильного понимания значения символов, используемых в коммуникациях;
- б. это нарушения соотношения формы представления информации с ее содержанием;
- в. препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего;
- г. коммуникативные помехи, возникающие вследствие несовпадения логических действий и умозаключений партнеров по общению.

37. Барьер предвзятости связан:

- а. с отрицательным отношением к тому или иному человеку без весомых причин;
- б. с негативным прошлым опытом общения с данным собеседником;
- в. с несовпадением мировоззрения, ценностных установок;
- г. с индивидуальными различиями в характере, темпераменте.

38. К физическим барьерам относятся:

- а. удаленность события во времени;
- б. неоптимальное расположение мебели, неорганизованность рабочего пространства;
- в. фонетический барьер;
- г. дефицит времени.

39. Рефлексивное слушание:

- а. манера перебивать собеседника;
- б. подразумевает отсутствие уточняющих вопросов;
- в. умение молчать во время разговора;

г. оказание помощи говорящему в выражении мыслей и чувств.

40. К условиям эффективного слушания можно отнести:

- а. зрительный контакт;
- б. оптимальную позу участников общения;
- в. соблюдение межличностного пространства;
- г. все вышеперечисленное.

41. Целью дискуссии является:

- а. доказывание своей правоты;
- б. установление истины;
- в. публичная защита своего сочинения;
- г. опровержение мнения собеседника.

42. Факторы, определяющие виды спора:

- а. цель спора;
- б. социальная значимость предмета спора;
- в. форма проведения спора;
- г. все вышеперечисленное.

43. «...высшая форма спора, самая благородная и самая прекрасная»:

- а. спор для убеждения;
- б. спор из-за истины;
- в. спор для победы;
- г. спор ради спора.

Количество неверных ответов _____

Оценка _____

ЛИТЕРАТУРА

1. Венедиктова Т.Д. Основы теории коммуникации: Учебник и практикум. М.: Юрайт, 2017. 193 с.
2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2017. 282 с.
3. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 224 с.
4. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2014. 189 с.
5. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: Учебник. 2-е изд., пер. и доп. М.: Юрайт, 2017. 415 с.
6. Голуб О.Ю. Теория коммуникации: Учеб. пособие. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. 338 с.
7. Нахимова Е.А. Основы теории коммуникации / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. М.: ФЛИНТА, 2013. 161 с.
8. Основы теории коммуникации: Метод. рекомендации к учебному курсу / Сост. С.М. Качалова. Липецк: Липецкий гос. техн. ун-т, ЭБС АСВ, 2012. 28 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
1. Предмет теории коммуникации. Базовые понятия теории коммуникации	6
2. Коммуникативная среда и сферы коммуникации	15
3. Моделирование коммуникации	17
4. Функции коммуникации	26
5. Коммуникативный процесс	33
6. Основы семиотики.....	54
7. Анализ коммуникативного акта	64
8. Итоговое тестирование	74
Литература.....	82

Учебное издание

ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Рабочая тетрадь

для студентов направлений подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

42.03.02 «Журналистика»,
профиль подготовки «Деловая журналистика»

Составитель Юлия Владимировна Безбородова

Редактор *Н.В. Титова*
Технический редактор *Н.В. Титова*

Изд. лиц. ЛР № 020742. Подписано в печать 08.05.2019
Формат 60×84/16. Бумага для множительных аппаратов
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. листов 5,25
Тираж 300 экз. Заказ 2082

*Отпечатано в Нижневарттовском государственном университете
Отдел издательской политики и сопровождения публикационной деятельности
628615, Тюменская область, г. Нижневарттовск, ул. Дзержинского, 11
Тел./факс: (3466) 43-75-73, e-mail: izdatelstvo@nggu.ru*