

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ»**

КАФЕДРА КРАЕВЕДЕНИЯ

**КУЛЬТУРА РЕЧИ – ЗАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
СТАНОВЛЕНИЯ**

**Материалы
межвузовского круглого стола**

24 мая 2016 года

**Донецк
2016**

УДК 08: 316.722
ББК Ч 448.046
К90

Культура речи – залог профессионального становления: материалы межвузовского круглого стола, 24 мая 2016 г., г. Донецк, ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления». – Донецк: ГОУ ВПО ДонГУУ, 2016. – 93 с.

Под редакцией: проректора по научной работе ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» д.э.н., проф. Дорофиенко В. В.; ведущего специалиста научного отдела Станковой Т. В.; доц. кафедры краеведения, д.иск. Ущাপовской Е. Н.

Сборник материалов по итогам проведения межвузовского круглого стола «Культура речи – залог профессионального становления» публикуется в целях привлечения внимания к проблемам культуры речи студентов и молодых специалистов, находящихся на стадии своего профессионального развития.

Материалы подготовлены преподавателями-филологами, а также студентами ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления», ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса».

© Донецкий государственный университет управления, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Ковалёва Н. А. Научная и официально-деловая речь как разновидность современного литературного языка	4
Баканова Ю. Д. Роль дисциплины «Русский язык и культура речи» в воспитании будущих специалистов туристического бизнеса	9
Подольская Л. Д. Формирование коммуникативной культуры личности студента туристического ВУЗа.....	15
Андреева В. Культура речи менеджера – залог профессионального роста	19
Воротная А. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.....	22
Жушма И. Разговорная речь в естественном контексте	27
Косова А. Особенности общения с европейскими партнёрами	32
Кудря А. Речевой этикет в арабских странах	38
Носков А. История развития конфессионального стиля речи	46
Потапова В. Сниженная лексика и культура речи.....	52
Пузикова А. Культура речи в профессиональной деятельности социолога	56
Теодорский И. Возможности применения нейролингвистического программирования для эффективного построения взаимоотношений между субъектами.....	59
Ткаченко Е. Культура речи в русской и других национальных парадигмах	67
Туз А. Культура речи как показатель профессиональной компетентности социального работника.....	73
Чорная Ю. Культура общения в начале освоения деловых навыков.....	78
Чуприй В. Неориторика и современное состояние культуры речи.....	84
Ущановская Е. Н. Об итогах проведения межвузовского круглого стола «Культура речи – залог профессионального становления».....	90

НАУЧНАЯ И ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВАЯ РЕЧЬ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

*Ковалёва Н. А.,
к.филол.н., доц. кафедры прикладной лингвистики
и этнологии ГОУ ВПО «Донбасская национальная
академия строительства и архитектуры»*

Научная речь – отдельная многофункциональная вариация языка, обслуживающая науку как процесс действительности. Наука представляет собой продукт научной работы. Она ставит перед собой задачу предметно описать, истолковать и прогнозировать этапы развития объективной реальности. Отличительные черты науки фиксируют ключевые экстралингвистические особенности научного стиля: научное понимание или познание как объект речи (унифицированный смысл), задания научного общения, вид адресата научного текста, облик автора научного текста.

Система возможностей языка, постоянно употребляющихся в области научной коммуникации, встречающиеся при этом их стилистические свойства и возможности, требования к их употреблению в речевом процессе и определяют научный стиль.

Центральное место в этом стиле занимает монология. Научный стиль располагает широкими возможностями речевых жанров, среди которых ведущими являются: научная статья и монография, диссертационные исследования, научная учебная литература (пособия, учебники и методические разработки и т.п.) научно-технические пособия (разнообразные инструкции, правила техники безопасности, положения и проч.), аннотации, рефераты, научные доклады, лекции, научные дискуссии, а также произведения научно-популярной литературы.

Одним из ведущих жанров научного стиля является научная статья, которая может передавать различную по своему содержанию и предназначению информацию и довольно часто употребляется в виде первоисточника научно-технической информации. В ней анализируется всё

новое, что происходит в конкретной области науки. Научные статьи регламентированы несколькими вариантами: статья – лаконичный отчёт о результатах научно-исследовательской и опытно-конструкторской работ; собственно научная или научно-техническая статья, в которой исчерпывающе приводятся результаты исследования; передовая статья; историко-научная обзорная статья; дискуссионная (полемическая статья); научно-публицистическая статья; рекламная статья. Каждый из подвидов статьи отличается индивидуальными особенностями и демонстрирует вид издания, в котором она опубликована.

Научный стиль осуществляется в основном в письменной форме речи. Однако с расширением средств массового взаимодействия, с увеличением важности науки в современной среде, с ростом числа различного вида научных коммуникаций, таких, как конференции, научные семинары, симпозиумы, коллоквиумы, олимпиады, усиливается роль устной научной речи.

Существенным коммуникативным требованием в научном диалоге является освещение общенаучных положений и рассуждений. Процесс человеческого познания в определённой области деятельности имеет собирательный, абстрагированный (оторванный от единичных, незначительных черт), последовательный характер, что определяет такие основные особенности этого стиля: отвлечённость, обобщённость, заостренная логичность, иллюстрация изложения.

Характерные экстралингвистические свойства организуют в систему все языковые признаки, определяющие научный стиль, и выделяют второстепенные, более частные, специфические стилевые особенности: содержательную точность (однозначность изложения мысли), информативную наполненность, конкретность изложения, завуалированную эмоциональность, абстрактность, логичность. Они определяют выбор лексических средств в научном стиле речи. Для этого функционального стиля свойственно употребление специальной научно-терминологической

лексики, причём особую роль играет мировая терминология (больше всего это ощущается в речи экономистов, например, «финансы», «авизо», «бюджет», «девальвация», «эмиссия» и проч.). Важнейшим признаком передачи лексики в научном стиле является то, что многозначные лексически независимые слова используются не во всей полноте своих значений, а отличаются однозначностью. Например, глагол «считать», имеющий несколько значений, в научной лексике означает: «делать какое-нибудь заключение о ком-нибудь или о чём-нибудь, признавать, полагать».

Состав лексики научного стиля обуславливается сравнительной схожестью, однотипностью и обособленностью, что обнаруживается в сокращённом употреблении синонимов. Размер текста в научном стиле возрастает за счёт частого употребления одних и тех же слов.

В научном функциональном стиле не употребляется лексика с разговорным и разговорно-просторечным оттенком. Этому стилю меньше, чем публицистическому или художественному, характерна оценочность. Оценки нужны, чтобы высказать мнение автора, сделать его более ясным и доходчивым, истолковать мысль, обратить на себя внимание, и в целом несут рациональную окраску.

Официально-деловой стиль реализуется в правовой и административной практике при коммуникации в государственных структурах, в суде, при деловых и дипломатических встречах. Деловая речь обслуживает круг официально-деловых взаимоотношений и употребляется в сфере права и политики. Официально-деловой стиль используется в материалах распоряжений, указов, законов, инструкций, приказов, договоров, соглашений, актов, в деловой переписке государственных структур, а также в юридических документах и т. п. Официально-деловой стиль отличается от других функциональных стилей языка своим постоянством, традиционностью, обособленностью и унифицированностью.

Этот стиль обеспечивает необходимость общества в оформлении различных документов государственной, социальной, политической,

экономической областей жизни, деловых отношений между государством и предприятиями, а также между людьми в официальной среде их функционирования.

Представление юридического закона в деловых документах обуславливает характер, доминирующие признаки делового языка и общественно-организующее применение речи. Виды официально-делового стиля осуществляют информационную, устанавливающую, констатирующую функции в различных областях деятельности. Поэтому главной формой употребления этого стиля является письменная речь.

Официально-деловая речь содержит в себе такие стилевые особенности: правильность изложения, исключая двойственность толкования; подробность высказывания; шаблонность, стандартизованность; долженствующе-предписывающий характер передачи информации, официальность, объективность и логичность, которые присущи научной речи.

Языковые особенности официально-делового стиля составляют сравнительно закрытую систему, в основе которой лежат лексические, морфологические и синтаксические средства.

В лексическом составе, помимо общеупотребительных и нейтральных слов, выделяются: конструкции, которые чаще всего используются в официальных документах и закрепляются в административно-канцелярской речи («вышеуказанный», «заказчик обязывается», «нести ответственность», «испытательный срок», «поручитель», «исполнитель», «обеспечивать равноправие» и т.п.); термины, профессионализмы и терминологические словосочетания, которые используются в деловых документах, чаще всего употребляются юридические, дипломатические, бухгалтерские термины: «отчёт», «учётно-финансовый», «трудовое соглашение», «контракт» и проч.

Устное официально-деловое общение отличается независимым отношением к нормативным стандартам и реализуется в различных ситуациях. В зависимости от количества участников коммуникации

выделяются факторы, влияющие на способы передачи речи: полилог, диалог, монолог.

Полилог характерен для собеседований, выступлений, конференций, разнообразных переговоров. Диалог предполагает информационный обмен между двумя собеседниками. Уровень заинтересованности может изменяться в зависимости от разновидности официально-делового общения. Для устных диалогов и полилогов официально-делового стиля характерно (в разной степени) использование вопросительных конструкций, реплик-ответов, эмоциональность, неожиданность. Монолог – речь, обращённая к самому себе или другим, которая используется в докладах, лекциях, сообщениях, заявлениях, презентациях, отчётах и т. п.

Литература

1. Десяева Н. Д. Стилистика современного русского языка: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Н. Д. Десяева, С. А. Арефьева. – М.: Изд. центр «Академия», 2008. – 272 с.

2. Кушнерук С. П. Документная лингвистика: учеб. пособие. – 3-е изд. / С. П. Кушнерук. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 256 с.

3. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика: пособие для студ. вузов и учащихся лицеев. – 2-е изд. испр. / Н. Б. Мечковская. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 207 с.

4. Плещенко Т. П. Основы стилистики и культуры речи: учеб. пособие для студентов вузов / Т. П. Плещенко, Н. В. Федотова, Р. Г. Чечет / Под ред. П. П. Шубы. – Мн.: ТетраСистемс, 1999. – 240 с.

5. Русский язык и культура речи: учебник / Под ред. проф. В.И. Максимова. – 2-е изд., стереотипное. – М.: Гардарики, 2004. – 413 с.

РОЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ «РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ» В ВОСПИТАНИИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

*Баканова Ю. Д.,
преп. кафедры менеджмента и информационных
дисциплин ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса»*

Успешное развитие туризма зависит от эффективности профессиональной деятельности кадров. В связи с этим большое значение приобретает вопрос подготовки кадров для сферы туризма. Современные требования к работникам туризма – это не только профессиональные знания, умения, навыки, но и культура речи, востребованная данным видом труда.

Сегодняшний рынок труда диктует всё более высокие требования к качеству подготовки и уровню квалификации специалиста. В современных условиях возрастают требования и к культуре его речи как к важному, интегративному показателю общей и профессиональной культуры человека и общества. В эпоху новейших технологий, всеобщей компьютеризации высокая степень владения языком как важнейшим средством человеческого общения, усвоения новой информации, орудием формирования и выражения мыслей и чувств обязательна для образованного человека.

Проблемы обучения профессиональной речи нашли своё серьёзное обоснование в научных трудах Т. А. Ладыженской, Н. А. Ипполитовой, Л. Г. Антоновой, Н. В. Кузнецовой, Н. И. Махновской, Л. В. Сальковой, Л. Е. Туминой, Т. В. Мазур, Н. Н. Ивакиной и других. Особое значение профессиональная речевая культура имеет для профессий «повышенной речевой ответственности», «где слово – профессиональный инструмент», от владения которым может зависеть успех деятельности.

Культура речи – это владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, грамматики, словоупотребления), а также умение использовать выразительные средства

языка в разных условиях общения в соответствии с целями содержания речи, то есть культура речи даёт человеку знания и навыки, обеспечивающие целесообразное и незатруднительное применение языка в разных условиях общения и в соответствии с поставленными целями.

Речевая культура – одна из составных частей общей культуры человека, она отражает культуру мышления, культуру поведения, во многом характеризует духовный и нравственный облик личности, влияет на эффективность её коммуникативной деятельности, а для людей, чья деятельность непосредственно связана с речевым общением, является немаловажным условием их профессионального успеха.

Специалистам туристического бизнеса (менеджерам, турагентам, туроператорам и т.д.) предстоит работа с людьми. Вот почему их профессиональный труд не должен определяться только базовыми научными знаниями и методической подготовкой. Речевая подготовка должна стоять в одном ряду с теоретическими и методическими курсами, так как является одним из важнейших элементов общей профессиональной компетентности, позволяющей вооружить будущего специалиста в области туризма практическими умениями речевого общения.

Анализируя значение культуры речи, можно выделить основные моменты, необходимые для дальнейшей профессиональной деятельности специалиста:

- 1) овладение основами знаний по культуре языка и речевому общению;
- 2) соблюдение основных норм современного литературного языка;
- 3) выработка нетерпимого отношения к языковой небрежности;
- 4) умение анализировать свою речь и речь окружающих;
- 5) понимание причин, в результате которых возникают речевые и грамматические ошибки, и умение исправлять эти ошибки;
- 6) обогащение своего словарного запаса за счёт профессионализмов;
- 7) обогащение своего словарного запаса за счёт правил хорошей речи.

Культура, образованность, профессионализм специалиста во многом

опираются на свободное владение выразительными средствами устной и письменной речи.

На основе исследований Л. А. Введенской, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева [3] можно выделить требования, предъявляемые к хорошей, правильной речи в профессиональной деятельности специалистов. Чтобы речь была содержательной, информативной, обогащала слушателей, привлекала их внимание, необходимо знать:

- какие положения в речи будут развиты;
- что нового вносит автор в решение той или иной проблемы, вопроса и так далее;
- что остаётся спорным, неразгаданным;
- насколько высказываемые суждения и мысли аргументированы;
- какой точки зрения придерживается сам автор.

Вторую ступень культуры речи можно определить как мотивированное употребление средств языка для целей общения, как оптимальное использование языка в конкретных условиях общения. При оценке коммуникативной целесообразности речи следует исходить из того, что для передачи определённого значения в языке существует несколько нормативных средств, несколько примерно равных способов выражения данного смысла (синонимичность). Задача состоит в том, чтобы решить, самый ли удачный вариант из числа возможных выбран. На этом уровне оценка речи не бывает однозначной. Это оценка качества произведённого отбора языковых средств: хуже они или лучше других использованных средств (уместнее, точнее, выразительнее). При этом выбранное языковое средство оценивается не само по себе, а в зависимости от того, насколько оно соответствует речевой ситуации [4].

Если говорить о культуре речи как об учебной дисциплине, то её интересует, как пользуется человек речью для целей общения в профессиональной деятельности. В рамках одного и того же стиля может

быть создано множество высказываний: одни из них будут удачными, другие менее удачными и т.д.

Однако добиться точной и выразительной речи можно лишь при условии, что говорящий владеет разнообразными средствами языка, разными способами передачи одного и того же смысла и речь его достаточно богата.

Следовательно, понятие коммуникативно целесообразной речи предполагает высокий уровень речевой культуры, показателями которого являются правильность, точность, логичность, последовательность, чистота речи, выразительность, богатство, эстетичность речи.

Итак, можно дать подробную характеристику качествам речи, которые так необходимы в обучении студентов:

1. Правильность – соблюдение норм литературного языка. Языковые нормы изменяются медленно, и на каждом этапе развития, в том числе и на современном, литературный язык характеризуется устойчивостью совокупности норм употребления. Таким образом, правильность литературного словесного выражения состоит в соответствии литературной языковой норме. Правильность – первое и главное из положительных коммуникативных качеств речевой культуры.

2. Точность речи может быть предметная (содержание речи соответствует кругу предметов и явлений действительности, которые отображаются в речи) и понятийная (выражается соответствием семантики компонентов речи содержанию и объёму выражаемых ими понятий). Таким образом, точность словесного выражения есть максимальное соответствие употребляемых слов называемым предметам и явлениям деятельности и раскрываемым понятиям. К числу таких явлений относится омонимия, синонимия, паронимия, полисемия. Кроме изложенных требований, точность речи достигается соблюдением ряда частных правил: точный выбор слова из ряда синонимов, точный выбор многозначного слова, исключающий двусмысленность выбора омонима. Следовательно, работу над точностью речи нельзя проводить на отдельных примерах, нужен связный текст.

3. Логичность, последовательность характеризуют речь с точки зрения содержания и проявляются в смысловом сцеплении единиц языка в речи в соответствии с законами логики и мышления. Так же, как и точность речи, логичность может быть предметной (соответствие смысловых связей и отношений единиц языка в речи таким же связям и отношениям предметов и явлений в реальной действительности) и понятийной (отражение структуры логической мысли и развития в семантических связях элементов языка в речи). Это выражается в правильном порядке слов, при переходе от одной мысли к другой. Условием логичности на уровне высказывания является логическая сочетаемость слов в словосочетании. Общее условие соответствия логично построенному рассуждению реализуется в ряде частных языковых условий последовательности словесных выражений: отсутствие избыточных по смыслу слов, правильное использование служебных слов, вводных слов и словосочетаний при построении предложений и при расположении предложений в тексте.

4. Чистота речи связана с отсутствием чуждых литературному языку элементов, отвергаемых нормами нравственности. К ним относятся диалекты, жаргонизмы, варваризмы, слова-паразиты, канцеляризм. Отвергается то, что не соответствует литературно-языковой норме и затрудняет восприятие речи.

5. Выразительность речи представляет собой структурные особенности, помогающие поддерживать внимание и интерес у слушателей. В основе выразительности лежит новизна, своеобразие, некоторая необычность, отступление от привычного, обыкновенного, хорошо знакомого и потому не привлекающего внимания в данной ситуации общения, стиле, жанре. Выразительность может быть акцентологическая, лексическая, словообразовательная, интонационная, стилистическая. Это качество речи предполагает, что пишущий чувствует функциональный стиль, понимает особенности данной ситуации и при выборе слов и выражений учитывает специфику условий речи.

Каждый функциональный строй наделён своими средствами выразительности. Выразительность художественной речи связана с использованием таких средств языка, которые воспринимаются не только рассудком, но и воздействуют на наглядно-чувственное восприятие человека, на его эмоциональный настрой.

6. Богатство (разнообразие речи) характеризуется отсутствием повторения одних и тех же знаков, цепочек знаков, разнообразием языковой структуры (запас слов, словосочетаний, лексическое, фразеологическое, семантическое богатство). Чем богаче словарный запас, чем больше развит грамматический строй речи говорящего, тем благоприятнее условия для работы над точностью и выразительностью.

7. Эстетичность речи связывается с тем, что все языковые средства обладают эстетической функцией. Эстетической стороной обладает каждый стиль, но у каждого стиля своя эстетика. Разговорный стиль – свобода, непринуждённость, простота; деловой стиль – точность, однозначность, объективность, определённость; научный стиль – точность, ясность, однозначность, логичность, доступность.

Следовательно, говорить о хорошей речи можно лишь в том случае, если: 1) она богата и разнообразна по использованным в ней лексическим и грамматическим средствам; 2) в ней точно передано содержание высказывания; 3) в ней учтены особенности ситуации общения, выдержан определённый стиль речи.

Таким образом, можно прийти к следующему выводу: единым компонентом для всех видов культуры (общей, индивидуальной, профессиональной) является речевая культура личности. Речевая культура личности – это показатель духовного богатства культуры мышления, средство развития личности. Один из важнейших элементов общей профессиональной компетентности, позволяющей вооружить будущего специалиста в области туризма практическими умениями речевого общения.

Литература

1. Чалян Т. В. Профессионально-речевая культура студента вуза как фактор развития профессионализма будущего специалиста / Т. В. Чалян // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2012. – № 1. – С. 162-169.
2. Макарова С. Н. Коммуникативная культура в структуре профессиональных качеств специалистов сферы сервиса и туризма / С. Н. Макарова // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 232. – С. 123-126.
3. Введенская Л. А., Павлова Л. Г., Катаева Е. Ю. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов. – Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 544 с.
4. Леонтьев А. А. Деятельность. Сознание. Личность: избр. психол. произв.: в 2 т. – М.: Педагогика, 1983. – Т. 1. – 242 с.

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА ТУРИСТИЧЕСКОГО ВУЗА

*Подольская Л. Д.,
доцент кафедры гуманитарных дисциплин
ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса»*

В настоящее время коммуникативная культура является важнейшей составляющей профессиональной подготовки будущего специалиста туристического ВУЗа. Коммуникативная культура включает в себя коммуникативную грамотность, а именно: овладение психологическими и нравственными знаниями, умениями, правилами, понятиями и нормами в сфере коммуникации. Эти знания и умения проявляются в кругозоре специалиста, его общей эрудиции, его способности к позитивному мышлению и поискам выхода из сложившихся ситуаций [1, с. 98].

Основной целью использования дебатных технологий в современном образовательном процессе является развитие у студентов критического мышления для решения различных проблем в профессиональной

деятельности и в практических жизненных ситуациях, то есть развитие навыков, которые не могут формировать или формируют в недостаточной степени традиционные методы обучения. Дебатные технологии способствуют личностному росту участников, стимулируют активную познавательную деятельность, развивают логико-синтетические способности, умение прогнозировать, формируют самостоятельность и ответственность личности [2, с. 23].

Дебатный студенческий клуб является эффективной групповой формой внеаудиторной работы. Он имеет чёткую организационную структуру и относительно постоянный состав участников (студенты разных курсов), объединённых общими интересами. Клуб создаёт дополнительное пространство для общения, действует по принципу ориентации на интересы студентов и их способности и становится центром внеаудиторной работы в институте.

В соответствии с целями и задачами клуб осуществляет деятельность по таким направлениям: проведение учебных тренингов, деловых игр, организация заседаний клуба, проведение дискуссий, диспутов, дебатных турниров на иностранных языках.

Организационная структура творческих объединений достаточно разнообразна, хотя можно выделить и общие для всех этих форм принципиальные структурные элементы. К ним принадлежит распределение всей работы на теоретическую, аналитическую и практическую деятельность. Занятия могут проводиться как комплексные, так и только по одному виду деятельности.

На теоретическом занятии материал рассматривается преподавателем или самими студентами на основе их предыдущей самостоятельной подготовки. Студенты предварительно знакомятся с литературой, справочниками и другими информационными материалами. Кроме того, обогащению теоретических знаний студентов способствует свободное

общение, которое сопровождается вопросами, короткими дискуссиями, выражением индивидуальных мыслей.

В структуре этих занятий главное место отводится докладам студентов. Диспут как сопроводительная форма учебной работы помогает усилить проблемный, творческий характер учёбы, может опережать или завершать изучение темы. Подготовка к диспуту начинается с постановки проблемы, студенты знакомятся с дополнительной литературой, консультируются с преподавателями. Содержание докладов, как правило, связано с актуальными общественными проблемами. Полемика завершается выступлением педагога, который учитывает позиции студентов в последующей учебно-воспитательной работе [3, с. 137].

Дискуссия является одной из самых распространённых форм семинарского занятия, проведения клубного заседания. Суть данного метода – в обмене взглядами по конкретной проблеме. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. Дискуссия является целесообразной и эффективной тогда, когда она возникает на базе знаний участников по теме, которая рассматривается. С помощью дискуссии студенты получают новые знания, учатся отстаивать собственное мнение [4].

Главная функция учебной дискуссии – стимулирование познавательного интереса к определённой проблеме. Одним из важнейших условий эффективности учебной дискуссии является основательная подготовка к ней студентов как в содержательном, так и формальном отношении. Содержательная подготовка – это накопление необходимых знаний по теме предусмотренной дискуссии, а формальная – в выборе формы изложения этих знаний. Дискуссия обогащает содержание уже известного студентам материала, помогает его упорядочить и закрепить.

Во вступительном слове преподаватель определяет круг основных проблем, которые обсуждаются в докладах и выступлениях. Подводя итоги, преподаватель сосредоточивает внимание на важнейших выводах и обобщениях.

При проведении дебатных турниров могут использоваться разные форматы: Карла Поппера, парламентские дебаты и др. Например, парламентские дебаты – это формальное соревнование в использовании навыков аргументации, риторики и изобретательности. Две команды, правительство и оппозиция, рассматривают тему, предложенную руководителем клуба.

Дебаты целесообразно рассматривать как инновационную образовательную технологию, которая предусматривает:

- активное участие самого студента в поисковой учебно-познавательной деятельности, основанной на внутренней мотивации;
- организацию совместной деятельности, партнёрских отношений обучающихся и обучаемых;
- обеспечение диалогического общения не только между обучающим и обучаемым, но и между обучаемыми в процессе приобретения новых знаний [2, с. 14].

Эта вспомогательная форма даёт студентам возможность совершенствовать навыки диалогической и монологической речи, а также позволяет преодолеть коммуникативные барьеры, обеспечивает здоровый дух соревнования, развивает чувство ответственности, коллективизма, стимулирует познавательную активность студентов с разным уровнем подготовки, а также развивает творческие способности.

Профессиональную подготовку специалистов в турбизнесе в данное время принято рассматривать как процесс формирования профессиональной компетенции, которая включает в себя, кроме профессиональных знаний, психологическую готовность к работе с людьми и управлению ими. Обеспечение равноправия позиций всех участников учебного процесса, изменение направленности личности на диалоговый тип общения является необходимым для всех видов профессиональной деятельности, но, в первую очередь, – в туристическом бизнесе.

Литература

1. Лысенко В. В. Формирование иноязычной коммуникативной культуры личности студента технического вуза // Лингвистическая подготовка студентов нефилологических специальностей высших учебных заведений в контексте Болонского процесса и общеевропейских рекомендаций по изучению, преподаванию и оцениванию языков: материалы II междунар. науч.-метод. конф. 29-30 сент. 2011 г.). – Одесса: Изд-во «ВМВ», 2011. – 192 с. – С. 97-101.

3. Боярский Н. Ф., Наумов С. А. Использование образовательной технологии «дебаты» при обучении правам. – Х.: Колорит, 2011. – 116 с.

2. Подольская Л. Д., Иорданова Н. А. Инновационные подходы в языковой подготовке менеджеров по туризму // Лингвистическая подготовка студентов нефилологических специальностей высших учебных заведений в контексте Болонского процесса и общеевропейских рекомендаций по изучению, преподаванию и оцениванию языков: материалы II междунар. науч.-метод. конф. 29-30 сент. 2011 г.). – Одесса: Изд-во «ВМВ», 2011. – 192 с. – С. 134-140.

4. Навчання дебатів: зб. матеріалів для кер. дебат. клубів та вчителів / Авт.-уклад. І. Сущенко. – К.: А.П.Н., 2003. – 82 с.

КУЛЬТУРА РЕЧИ МЕНЕДЖЕРА – ЗАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА

*Андреева В.,
студ. группы М-15;
научный руководитель: Осипова А.Н.,
к.н. по гос.упр., доц. кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»*

Правильная, красивая речь во все времена считалась залогом успеха. Сегодня, в наш сложный век конкуренции, молодые специалисты,

выпускники вузов наряду с хорошими профессиональными знаниями должны обладать способностью доказать свою точку зрения, свою позицию, уметь сказать грамотно, убедительно и красиво.

Для менеджера является обязательным умение терпеливо и внимательно слушать собеседника, вникнуть в его мысли и чувства, понять их даже в том случае, если содержание разговора не представляет прямого интереса. Он должен также уметь промолчать, если ответные доводы могут разжечь страсти и побудить собеседника к грубости. Кроме того, он всегда должен помнить, что молчание – это очень выразительный речевой приём, это самый действенный ответ на грубость.

В своём выступлении нам хотелось бы проанализировать те основные положения, которые должны характеризовать профессиональную речь менеджера, исходя из того, что культура речи – это залог профессионального становления и успеха.

Высокая культура речи – это умение правильно, точно и выразительно передавать свои мысли средствами языка. Культура речи обязывает человека придерживаться некоторых обязательных норм и правил, среди которых важнейшими являются:

- *содержательность*. Речь руководителя должна быть тщательно продуманной, предельно сжатой и при этом предельно информативной;

- *логичность*. В логичной речи все её положения обоснованны, непротиворечивы и последовательно вытекают одно из другого. Логика создаёт фундамент убеждения и доказательства;

- *доказательность*. Доводы должны быть достоверными и обоснованными, то есть должны доказывать собеседнику, что всё, о чём говорится, существует в реальной действительности и носит объективный характер;

- *убедительность*. Цель и смысл всякой беседы – добиться того, чтобы в сознании собеседника прочно укоренилось убеждение в правильности постулатов, взглядов, принципов говорящего;

- *ясность*. Нужно говорить чётко, спокойно, сдержанно, в умеренном тоне. Слишком быстрая речь трудно воспринимается, слишком медленная вызывает раздражение;

- *понятность*. Следует употреблять только те слова и термины, которые понятны собеседнику;

- *чистота речи*. Чистота речи выражается в отсутствии в ней чуждых литературному языку элементов, а также тех, что отвергаются нормами нравственности, ибо что разрушает чистоту речи? Лишние слова, слова-сорняки, слова-паразиты.

Почему же все-таки слова-сорняки появляются в нашей речи? Это может быть следствием и волнения во время говорения, и неумения мыслить публично, подбирать нужные слова для оформления своих мыслей и, конечно, бедности индивидуального словаря говорящего. Забота о чистоте речи повышает качество речевой деятельности.

Нет сомнения, что структура речи, её свойства и особенности могут будить мысли и чувства людей, могут поддерживать обострённое внимание и вызывать интерес к сказанному. Эти особенности речевой структуры позволяют называть её выразительной.

Выразительностью речи называются такие особенности её структуры, которые поддерживают внимание и интерес у слушателя или читателя; соответственно, речь, обладающая этими особенностями, и будет называться выразительной. Можно выделить основные условия, от которых зависит выразительность речи.

Первое условие – самостоятельность мышления, деятельности сознания автора речи. *Второе условие* – равнодушие, интерес автора речи к тому, о чём он говорит или пишет. *Третье условие* – хорошее знание языка, его выразительных возможностей. Необходимо знать о звуках и их выразительных возможностях. *Четвёртое условие* – хорошее знание свойств и особенностей языковых стилей. *Пятое условие* – систематическая и

осознанная тренировка речевых навыков. Нужно учиться контролировать свою речь, замечать, что в ней выразительно, а что шаблонно и серо.

Обязательное *условие высокой речевой культуры* – умение держать себя в руках, не раздражаться, не допускать грубых или обидных выражений.

Для успеха в профессиональной деятельности современному менеджеру необходимы следующие качества: знание норм литературного языка; умение следить за точностью, логичностью и выразительностью речи; владение профессиональной терминологией; умение определять цель и понимать ситуацию общения; умение учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника; умение направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности; знание этикета и чёткость выполнения его правил.

Таким образом, менеджеру в достижении поставленных целей крайне необходимо владение культурой речи, то есть та ступень, которая его ведёт к профессиональному росту и самосовершенствованию.

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА

*Воротная А.,
студ. группы ТО9-14 А;
научный руководитель: Подольская Л. Д.,
доц. кафедры гуманитарных дисциплин
ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса»*

В современных условиях огромное значение придаётся общению в профессиональной деятельности менеджера, без которого невозможно установление продуктивных контактов с клиентами, сотрудниками и партнёрами по бизнесу. В общении не только формируется и реализуется общественная сущность личности, но и проявляются её индивидуальные особенности, культура устной речи. Ни одна группа, ни одна организация не

может существовать без адекватного общения, обеспечивающего передачу информации, обмен идеями и координацию усилий [1].

История общественной мысли свидетельствует, что философы и социологи, политологи и культурологи, психологи и педагоги, лингвисты и журналисты всегда, в той или иной мере, обращались к проблемам человеческого общения.

Социолингвистика изучает влияние социальных характеристик участников на протекание вербальной коммуникации, таких, как статус, роль, профессия, этническая принадлежность, возраст коммуникантов. Установлено, что влияние этих переменных на вербальную коммуникацию значительно и сказывается на выборе темы, языковых средств, позиции в разговоре [2, с. 56].

Актуальная проблема социолингвистики – коммуникативные барьеры (языковые, культурные и др.), затрудняющие общение между группами. Существуют социальные и культурно-специфические аспекты коммуникации, ограничивающие возможности взаимопонимания. Межгрупповое и межкультурное взаимодействия затрудняются из-за различий в значениях знаков и действий, «социальной символизации», сигнализирующей о принадлежности к определенной группе и т.п.

В ходе общения люди сталкиваются с различными психологическими трудностями, представляющими собой барьеры общения. Они возникают на пути распространения и принятия информации. Причиной их возникновения являются социальные, политические, религиозные, профессиональные и другие различия между людьми. Такие барьеры порождены объективными социальными причинами, принадлежностью партнёров по коммуникации к различным социальным группам, а также сугубо психологическими причинами. Одним из эффективных средств преодоления барьеров общения является повышение индивидуальной культуры общения, культуры построения отношений [3].

Существуют также барьеры, которые могут быть обусловлены различными уровнями непонимания:

- *фонетический* – когда информация передаётся на незнакомом иностранном языке: говорят быстро, невнятно, с акцентом или используются незнакомые, не соответствующие контексту, активные и очень быстрые жесты;

- *семантический* – когда фиксируется не чужая фонетика, а семантика. Это обусловлено смысловой многозначностью слов любого языка, в том числе жаргонного, и приводит к очень резкому снижению эффективности общения. Вербальная коммуникация будет адекватной, если у коммуникантов наблюдается общность словарного запаса. Вот почему люди одного поколения, одной профессиональной принадлежности, близкого социокультурного уровня лучше воспринимают и понимают друг друга;

- *стилистический* – когда нарушается установленная грамматическая структура сообщения; наблюдается переполненность языка научными, политическими, профессиональными понятиями настолько, что он воспринимается почти как иностранный;

- *логический* – вызывается неприятием кем-либо из участников общения логики и аргументов другого. В таком случае партнёры не только не понимают друг друга, но и демонстрируют отрицательное отношение [4, с. 97].

Барьеры при коммуникации могут возникать и вследствие индивидуально-психологических особенностей (например, некоммуникабельность, чрезмерная застенчивость или скрытность) или в силу отношений неприязни, недоверия и т.п., сложившихся между партнёрами по общению.

Коммуникативная компетентность определяется как развивающийся и в значительной мере осознаваемый опыт общения между людьми (межличностный опыт), который формируется и актуализируется в условиях непосредственного человеческого взаимодействия. При этом

коммуникативная компетентность человека сводится не только к определённому состоянию сознания людей, стремящихся понять друг друга, но включает в себя и поведенческий аспект.

Широкий и гибкий диапазон тактик и стратегий коммуникации позволяет коммуникативной компетентности проявляться в многообразных качествах, необходимых в различных видах коммуникативного взаимодействия (компетентность юриста, политика, врача, управленца, предпринимателя, специалиста в области связей с общественностью и т.п.).

Среди различных стратегий взаимодействия культур наиболее приемлемой в современном мире следует считать стратегию культурного диалога, который должен способствовать не стиранию цивилизационных различий, а «единству многообразия», гармонии. Диалог как наиболее оптимальная форма общения, проявляющаяся в отношении к другому человеку как к ценности, как к активному соучастнику взаимодействия, обуславливается возрастанием коммуникативной компетентности его участников.

В наиболее общем виде коммуникативную компетентность специалиста можно охарактеризовать как определённый уровень сформированности личностного и профессионального опыта взаимодействия с окружающими, который требуется индивиду, чтобы в рамках своих способностей и социального статуса успешно функционировать в профессиональной среде и обществе. Из этого определения следует, что коммуникативная компетентность зависит: от присущих индивиду свойств; от изменений, происходящих в обществе; от связанной с этими изменениями социальной мобильности самого специалиста.

Основными источниками приобретения коммуникативной компетентности являются знание языков общения, опыт межличностного общения в деловой, повседневной и праздничной обстановке; опыт восприятия искусства; знания и общая эрудиция.

Из этих источников формируется сложный комплекс коммуникативных знаний и навыков, составляющих коммуникативную компетентность личности. Этот комплекс включает в себя:

- знание норм и правил общения (делового, повседневного, праздничного и др.);
- высокий уровень речевого развития, позволяющий человеку в процессе общения свободно передавать и воспринимать информацию;
- понимание невербального языка общения;
- умение вступать в контакт с людьми с учётом их половозрастных, социально-культурных, статусных характеристик;
- умение вести себя адекватно ситуации и использовать её специфику для достижения собственных коммуникативных целей;
- умение воздействовать на собеседника таким образом, чтобы склонить его на свою сторону, убедить в силе своих аргументов;
- способность правильно оценить собеседника как личность, как потенциального конкурента или партнёра и выбирать собственную коммуникативную стратегию в зависимости от этой оценки [2, с. 57].

Таким образом, общение является необходимой предпосылкой существования человека и общества в целом и составляет неотъемлемую часть профессиональной деятельности современного менеджера. Коммуникативная компетентность позволит развивать сотрудничество с потенциальными партнёрами и клиентами.

Литература

1. Абрамова Г. С. Общая психология: учеб. пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2002. – 496 с.
2. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М. А. Васирика. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
3. Опалев А. В. Умение обращаться с людьми. Этикет делового человека. – М.: Культура и спорт. ЮНИТИ, 1996. – 318 с.

4. Подольская Л. Д., Кожемякин С. В. Основы психологии и педагогики: учеб. пособие / Донец. ин-т турист. бизнеса. – Донецк, 2005. – 193 с.

РАЗГОВОРНАЯ РЕЧЬ В ЕСТЕСТВЕННОМ КОНТЕКСТЕ

Жушма И.,
студ. группы ЭП-13;
научный руководитель: Ущановская Е. Н.,
д.иск., доц.кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»

Успех политиков, руководителей, менеджеров, преподавателей и представителей многих других сфер деятельности, связанных с интенсивным общением, зачастую зависит не только от уровня их профессиональных компетенций и знаний, но и от уровня культуры их речи. Именно поэтому развитие речи должно быть одним из важных компонентов подготовки будущих специалистов, особенно тех областей, которые непосредственно связаны с активным речевым общением. В таком общении, чтобы расположить к себе клиента, коллегу, партнёра и т.п., специалист может употреблять некоторые обороты разговорной речи, создавая ощущение неофициальной обстановки, некоей близости. В связи с этим актуализируется проблема изучения специфики разговорной речи и возможности употребления её элементов в деловом общении. Автор статьи преследует цель раскрытия особенностей разговорной речи в её естественном контексте.

Под разговорной речью большинство энциклопедических изданий и словарей подразумевают функциональный стиль речи, который служит для неформального общения, разговора в непринуждённой беседе. При таком общении автор делится с окружающими своей информацией по бытовым вопросам в неофициальной обстановке. Такая обстановка позволяет использовать так называемую просторечную лексику. В разговорной речи

различаем устную форму литературного языка и собственно речевой стиль с его особой речевой системностью.

Основной функцией разговорной речи есть коммуникативная функция, состоящая в налаживании общения. В таком случае главной задачей разговорной речи становится налаживание продуктивного контакта с собеседником. Для этого она (речь) должна в наиболее адекватной форме передать не только информацию о действительности, но и мнение говорящего, его отношение к предмету речи.

В связи с вышеизложенным, отличительными особенностями разговорной речи являются непринуждённость, чувственная конкретность и эмоционально-оценочная информативность.

В разговорной речи формируются также специфические стилевые особенности, которые состоят в проявлении двух качеств – эллиптичности и прерывистости. Под эллиптичностью понимаем пропуск звуков, частей слова, полных слов, частей предложения, которые впоследствии легко восстанавливаются в тексте.

Прерывистость, в соединении с непоследовательностью речи с логической точки зрения и эллиптичностью, придает разговорной речи яркую эмоциональную окраску, которая свидетельствует об отношении говорящего к предмету разговора и составляет эмоционально-оценочную информативность.

Разговорная речь от речи книжно-письменной отличается специфическим набором языковых средств, тяготеющих больше к нелитературной стихии. Эта особенность придаёт ей характер непринужденности разговора. Используются в таком случае бытовая лексика, глагольные и отрицательные предложения, прямая речь, обращения.

Разговорная речь владеет и типичной для нее формой реализации стиля – диалогом, в котором часто отсутствует предварительный отбор языкового материала.

Ещё одна яркая отличительная особенность разговорной речи – важная роль в её понимании невербальных средств коммуникации. К ним традиционно относятся мимика, жесты, кинетика и т.п. Именно они дают наиболее достоверную информацию об отношении говорящего к тому, что он произносит.

Эмоциональность разговорной речи часто соседствует с её простотой и широким выбором эмоциональных слов и выражений, которых нет в литературной речи. Примером таких разговорных слов могут служить глаголы «хихикать», «глупить», «гоготать» и др. Также употребляются так называемые просторечные слова типа «ржать», «вымахать» (т.е. вырасти) и др. В некоторых случаях, особенно в молодежной среде, популярны и жаргонные слова. Естественно, в разговорной речи в деловом общении они будут неуместны и вместо ощущения близости и доверительности, могут отрицательно настроить слушателя к говорящему.

Очень часто в разговорной речи, особенно при быстром её темпе, наблюдается большая редукция гласных, вплоть до полного их выпадения и упрощения групп согласных.

Словообразовательной особенностью в разговорной речи становится широкое употребление суффиксов субъективной оценки. Для усиления экспрессивности речи употребляется удвоение слов.

Характерным для разговорной речи является ограничение в использовании абстрактной лексики, иноязычных и книжных слов.

По разговорной речи можно судить не только об общей культуре говорящего, но и о его возрасте, социальном положении, региональном происхождении и т.п.

Изучая особенности разговорной речи, А. Венцов, В. Касевич, Е. Риехакайнен, Н. Слепокурова рассуждают о так называемом ментальном лексиконе. Это своеобразная часть системы восприятия речи, представляющая собой сложную многоуровневую структуру с

многочисленными связями по вертикали и горизонтали, т.е. связями между разными уровнями и в пределах одного и того же уровня.

А. Венцов утверждает, что «какая информация и в каком виде хранится на каждом из уровней, как она структурирована и как используется, можно только гадать: практически никаких экспериментальных данных, позволяющих судить об этом, не существует. Тем не менее, чтобы любая попытка исследования процессов восприятия речи человеком была хоть сколько-нибудь успешной и полезной, т.е. приводила к получению новых сведений о том, как происходит процесс обработки речевого сигнала в этой системе, необходимо сформулировать начальные гипотетические представления о том, что собой представляет система и, в частности, ментальный лексикон» [1, с. 11]. А. Венцов и В. Касевич исходит из предположения, что на всех уровнях лексикона его единицами являются словоформы, а, начиная с какого-то уровня, также «составные» слова и, возможно, фразеологизмы [3].

На самом первом (нижнем) уровне ментального лексикона предположительно находятся только словоформы, которые А. Венцов называет «перцептивным словарем» и определяет как набор субъективных (психологических) аллофонов, учитывающих в числе прочих правила ассимиляции, конечного оглушения/озвончения и т.п. Упомянутый исследователь также отмечает, что, вероятно, в ментальном лексиконе грамотного носителя языка должен существовать специальный раздел, все элементы которого описываются буквами алфавита соответствующего языка.

В разговорной речи, как и в книжно-письменной, существуют определенные принципы группировки словарных единиц в пределах каждого из разделов (уровней) ментального лексикона. Одним из возможных вариантов А. Венцов называет принцип алфавитно-ритмической структуризации, при котором в одну группу объединяются все словоформы, начинающиеся с одного аллофона (буквы) и имеющие одинаковую ритмическую структуру (число слогов и позицию ударного гласного).

А. Венцов, Е. Риехакайнен, Н. Слепокурова предполагают, что на одном из уровней ментального лексикона его элементы должны быть снабжены некими грамматическими описателями, обеспечивающими «поверхностное» восприятие [4]. Поэтому они допускают и существование каких-то «семантических» описателей, позволяющих соотнести каждую словоформу с понятийным полем (или полями), что должно обеспечить понимание смысла речевого сообщения.

Ментальный лексикон используется в процессе восприятия речи, в частности, на этапе преобразования акустического сигнала в последовательность словоформ. Ресурсы ментального лексикона оказываются необходимыми для восстановления характерных для спонтанной речи редуцированных форм. Это происходит благодаря тому, что в сознании говорящих имеются редуцированные формы таких слов, как возможных вариантов реализации соответствующих полных форм. Таким образом, можно говорить о наличии определенного словаря ментального лексикона. Его наполненность будет зависеть от многих факторов, которые включают в себя не только уровень освоенности языка (родного или иностранного), но и общий культурный уровень личности.

В результате беглых рассуждений о специфике разговорной речи, можно прийти к выводу о том, что её эмоциональность часто приводит к редуцированным речевым формам, которые слушатель должен расшифровывать в процессе восприятия речи при помощи своеобразного ментального лексикона. Умение же правильно использовать в разговорной речи невербальные способы коммуникации позволит усилить влияние на собеседника. Одновременно, знание особенностей невербальной коммуникации позволяет и слушателю лучше понять не только смысл сказанного, но и отношение к нему говорящего. В результате можно утверждать, что в изучении разговорной речи лингвистами присутствует и компонент из психологических наук.

Литература

1. Венцов А. Словесное ударение, собственная длительность гласных и ментальный лексикон / А. Венцов // Четвёртый междисциплинарный семинар «Анализ разговорной русской речи» (АР³-2010), 26-27 авг. 2010 г., г. Санкт-Петербург. – С. 10-12.
2. Венцов А. В., Касевич В. Б., Слепокурова Н. А. Перцептивная сегментация звучащего текста / А. В. Венцов, В. Б. Касевич, Н. А. Слепокурова // Проблемы фонетики. I = Issues in phonetics [Отв. ред. Т. М. Николаева]. – М.: Прометей, 1993. – С. 242-273.
3. Венцов А. В., Касевич В. Б. Словарь для модели восприятия речи / А. В. Венцов, В. Б. Касевич // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 1998. – Вып. 3, № 16. – С. 37-39.
4. Венцов А. В., Риехакайнен Е. И., Слепокурова Н. А. Ментальный лексикон и восприятие редуцированных форм / А. В. Венцов, Е. И. Риехакайнен, Н. А. Слепокурова // Труды первого междисциплинарного семинара «Автоматический анализ разговорной речи» (АР³-2007). – СПб.: ГУАП, 2007. – С. 21-24.
5. Русская разговорная речь: Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / Отв. ред. Е. А. Земская. – М.: Наука, 1983. – 240 с.

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ С ЕВРОПЕЙСКИМИ ПАРТНЁРАМИ

Косова А.,
студ. группы МНС-14-1;
научный руководитель: Усова О. О.,
к.филол.н., доц. ГОУ ВПО «Донецкий
государственный университет управления»

В процессе деловых переговоров с резидентами иностранных компаний и организаций следует помнить, что участники контактов являются гражданами различных стран. От верной организации и выполнения деловых

переговоров зависит будущее принятых решений. Успешные переговоры положительно влияют на международные, партнёрские, туристические, культурные, общественные отношения предприятия на всех действующих уровнях.

В современном мире каждая организация желает иметь выгодные зарубежные контракты с иностранными партнёрами, так как это благоприятно влияет и способствует высокой прибыли, наилучшему общественному мнению, имиджу на мировом рынке, успешным партнёрским отношениям. Таким образом, всё выше изложенное определяет актуальность и необходимость проведения исследования особенностей общения с европейскими партнёрами.

Целью исследования является рассмотрение особенностей общения с европейскими партнёрами.

Следует сказать, что, пользуясь каждый день десятками жестов, мы практически не размышляем об их смысле. Всем известны основные коммуникационные жесты, которые абсолютно не отличаются друг от друга: когда люди счастливы, они улыбаются, когда печальны – хмурятся и т.д. Тем не менее, один и тот же жест может иметь различный смысл в разных странах, и незнание значения может привести к неожиданным последствиям. Например, население Южной Европы продолжительное время смотрят на собеседника, что может показаться оскорбительным для других народов, а японцы при общении смотрят скорее в шею, чем в лицо.

Деловой этикет указывает на выполнение ряда правил поведения, общепринятых в государстве оппонента. Правила общения в обществе связаны со способом и стилем жизни, национальными и религиозными традициями и обычаями. И чтобы преуспеть и понять представителей другой культуры, следует считаться с иными традициями и обычаями: круг интересов обязан быть выше собственных увлечений и пристрастий. Почтение к партнёру обеспечивается познанием государственного менталитета. Государственный (национальный) менталитет характерен

определённой народной этнической общности. Это стиль жизни, культура, свойственная нации, система ценностей, взглядов и миропонимания.

Практически во всех европейских странах при дипломатическом общении придерживаются формальностей, что очень заметно в Германии, Франции, Италии. Отслеживается закономерность: чем экспрессивнее культура, тем наиболее формальная обстановка при деловом общении. При общении каждый должен уметь ответить на любой вопрос, даже если он простейший. Например, на вопрос «Как дела?» русский этикет указывает отвечать: «Спасибо, всё хорошо. Надеюсь, что и у Вас всё обстоит нормально?». Тем не менее, у словаков, чехов, поляков на этот же вопрос ответ не должен вмещать в себя рассказ о трудностях. Он должен звучать бодро, свидетельствуя о том, что собеседник справляется с проблемами и гордится этим.

На развитие отечественного делового стиля общения оказали воздействие два фактора: русские общепризнанные правила, принципы и черты русского национального характера. Русские во время переговоров воспринимались иностранными партнёрами как высокопрофессиональные специалисты; отмечалось превосходное знание сути переговоров. При этом стиль деловых переговоров с многочисленными российскими бизнесменами говорил о недостатке навыка делового общения. Обговаривая проблемы, русские проявляют интерес на единые цели и недостаточно уделяют внимание тому, какими средствами это можно совершить. Ещё одно качество, в котором мы уступаем зарубежным партнёрам, – это умение «торговаться». Русские постоянно переплачивают, так как не знают действительно настоящей стоимости. Жители иностранных стран этой информацией отлично владеют и применяют на практике.

К недостаткам отечественного подхода к деловому общению можно, на наш взгляд, отнести: слабое знание иностранных языков, зажатость во время переговоров, дефицит знания собственной истории, её связи с всемирной историей, недостаток знания географии, незначительный уровень единой

культуры, отсутствие умения дискутировать и правильно вести себя во время дебатов, незнание риторики, неспособность воспринимать проблему глазами собеседника и др. В связи с этим на переговорах объективная информация зачастую подменяется индивидуальными убеждениями, что не всегда способствует успешности переговоров.

Готовясь к деловым переговорам, надо помнить о нюансах, которые связаны с национальностью, государственным менталитетом оппонента. Рассмотрим практику некоторых зарубежных стран и их принципы в общении с деловыми партнёрами.

Деловое общество Англии неоднородно в своей цеховой специализации, что отличает Великобританию от других государств. Английский предприниматель весьма бдителен, превосходный специалист в области психологии, не приемлет лжи и сокрытия низкой профессиональной подготовки. Он весьма охотно разделит с вами свои знания, откроет секреты своего ремесла и мастерски введёт в детали любого рынка.

Начинать переговоры в Великобритании следует не с предмета обсуждения, а с чисто человеческих проблем – погода, спорт, дети. Постарайтесь расположить к себе английского партнёра, покажите ему, что для вас общечеловеческие ценности выше ваших коммерческих интересов, по крайней мере, равны им. Подчёркивайте ваше доброе расположение к британскому народу и идеям, которые этот народ разделяет. Не принято целовать руки женщинам, делать публичные комплименты. Для британцев не позволительно, чтобы партнёр дарил подарки, вы можете подорвать доверие к себе и будете вынуждены уйти из бизнеса.

Рассмотрим характерные особенности общения делового этикета ещё в одном европейском государстве – Швеции. Плюсами делового этикета шведов являются честность, добросовестность, серьёзность, аккуратность, надёжность, пунктуальность. Население Швеции известно во всём мире своей укоренившейся лютеранской деловой этикой.

Бизнесмены имеют репутацию весьма крупных формалистов, но не всегда это соответствует реальности, особенно среди молодого поколения. О встрече договариваются предварительно. На переговоры появляются точно в назначенное время, задержка не должна превышать 3-5 мин. В шведских фирмах переговоры происходят в специально предназначенных для этого помещениях. Не стоит называть вашего партнёра по имени, пока он сам этого не предложит. Общение, как правило, не начинается с деловых вопросов, вначале создаётся хорошая обстановка для последующей работы. Вы имеете право высказать своё мнение, но только тогда, когда вам будет предоставлено слово. Шведы не выражают наглядно собственные чувства. Принято предоставлять своим партнёрам небольшие сувениры – в знак внимания.

Следующая европейская страна, особенности делового общения в которой мы хотим рассмотреть, – Германия. Характерными особенностями германского характера являются аккуратность, трудолюбие, дисциплинированность, точность, рассудительность, педантичность. Это всё следует учитывать при общении с гражданином Германии.

Переговоры ведутся между двумя партнёрами. Встреча назначается предварительно. Немецкий партнёр может вам показаться враждебным из-за своей сдержанности и официальности, но это не так. Готовьтесь рассматривать и обсуждать вопросы последовательно, рационально, так как в Германии это допускается. Обращаться к немцам следует только по титулам; обращение по имени или по фамилии является невежливым. Поэтому очень важно ещё до начала переговоров уточнить все титулы деловых партнёров.

Для того чтобы досконально провести переговоры, стоит запомнить основополагающие моменты при общении с иностранными партнёрами, которые предоставлены в таблице.

Особенности делового общения в европейских странах

<i>Страна</i>	<i>Характерные черты делового общения и рекомендации</i>
Австрия	Во время переговоров не называйте собеседников по имени. Общение сопровождается крепкими рукопожатиями и прямым энергичным визуальным контактом. Не стоит называть австрийцев немцами.
Бельгия	Бельгийцы весьма пунктуальны. Могут вести себя сдержано, официально и неофициально, владеют прекрасным чувством юмора. Не стоит при деловых переговорах держать руки в карманах. Не стоит путать бельгийцев с французами. При каждом подходящем случае следует говорить «пожалуйста».
Болгария	Английский язык не распространён в обществе. Болгары очень пунктуальны, встреча организовывается заранее и подтверждается в письменном виде. Кивок означает «нет», а покачивание головой из стороны в сторону означает «да».
Венгрия	Повсюду применяются рукопожатия. Венгры очень обходительны и весьма официальные. Им неприятно, когда хвалят их работу и их самих.
Дания	Граждане этой страны очень пунктуальны. Приветствия сопровождаются крепкими рукопожатиями. Не стоит путать датчан со шведами или норвежцами.
Нидерланды	О встречах представители этой страны договариваются предварительно. Предпочтение отдаётся консервативному стилю одежды. Следует употреблять термин «нидерландцы». «Голландцы» – определение части жителей страны. В рабочее время Вам могут предложить выпить; не стоит отказываться, но пить следует немного.
Польша	Весьма уважают такт и приветливость. Поляки гордятся своей историей и культурой. Приняты официальное приветствие и рукопожатие. Необходимо сторониться бесед о «социалистическом лагере», СССР и временах фашистской оккупации.
Румыния	Много рукопожатий. Пунктуальность. Официальность в обращениях.

Мы рассмотрели основные особенности общения с иностранными партнёрами. Подобные знания способствуют лёгкому, достойному, лояльному и благоприятному общению, поскольку наличие зарубежных

контрактов «открывает двери» на мировой рынок. Особенно это важно для нашего региона.

Перечень особенностей делового общения можно перечислять ещё долго, мы же дадим многофункциональный совет: перед поездкой в какое-либо государство, в первую очередь, следует узнать, какие вербальные и невербальные средства общения приветствия и прощания принято там использовать, какие жесты, мимика, интонация считаются неприличными, а какие являются общепринятыми, традиционными и вполне подходят для делового общения. Поэтому при общении необходимо воздерживаться от интенсивной жестикуляции, не пользоваться жестами, значение которых вам не известны.

Литература

1. Гусев И. Е. Этикет: современная энциклопедия / И. Е. Гусев – Минск: Харвест, 2010. – 352 с.
2. История и принципы делового этикета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bbest.ru/etdelotn/isprdelet/>
3. Медведев Д. А. Особенности делового этикета в западноевропейских странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://allrefs.net/c11/2lsbt/>
4. Особенности невербального общения в разных странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://strana-sovetov.com>

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В АРАБСКИХ СТРАНАХ

*Кудря А.,
студ. группы МВД-14-1;
научный руководитель: Усова О. О.,
к.филол.н., доц. ГОУ ВПО «Донецкий
государственный университет управления»*

В настоящее время отношения между арабскими странами и СНГ находятся на этапе развития и постепенно переходят на новый уровень

отношений как на государственном, так и на производственном уровне. Поэтому тема речевого этикета в арабских странах является весьма актуальной, в связи с чем целью нашего исследования является рассмотрение особенностей общения с арабскими партнёрами.

Речевой этикет играет важную роль в деловом общении, так как является одним из важных элементов проведения успешных переговоров и заключения договоров. Знание иностранных языков является несомненным преимуществом при проведении переговоров, но стоит отметить, что несоблюдение правил этикета, принятого в данной стране, может закончиться срывом переговоров и расторжением деловых отношений между партнёрами. Невозможно понять язык во всей мере, не имея представления об условиях и традициях, в которых живут представители языка. Арабы вежливы и образованы, практически все бизнесмены владеют французским и английским языком.

При повседневном общении арабы пользуются общеарабским литературным языком, но при этом применяют диалекты, которые присущи разным регионам, для каждого региона характерен определённый стиль общения. В качестве примера рассмотрим египетский стиль и иракский стиль общения. Представителей египетского стиля характеризуют следующие черты: чувство национальной гордости, следование административным правилам поведения. Арабы отвергают вторжение во внутренние дела государства и с неохотой отвечают на вопросы, связанные с их национальной независимостью. У арабов Ирака принято излагать свои мысли, говоря размеренно, с интонацией для того, чтобы собеседники смогли проанализировать услышанную информацию и выразить своё мнение по поводу услышанного. Говорить быстро, невнятно считается дурной манерой; при разговоре арабы часто используют обращения, вводные слова и обороты [2].

Важным звеном проведения деловых переговоров для арабов является установление доверия между партнёрами. Арабов характеризует

осторожность, сдержанность, уважение и ряд других качеств во время переговоров. Особенности ведения переговоров западных и восточных бизнесменов значительно отличаются друг от друга, можно выделить множество различий в стиле и культуре общения с партнёром. Особенности общения западных и восточных предпринимателей при деловом общении (табл. 1) [7].

Таблица 1

Характерные черты поведения западных и восточных бизнесменов
во время переговоров

<i>Восточные бизнесмены</i>	<i>Западные бизнесмены</i>
Непрямолинейный стиль общения	Прямолинейный стиль общения
Осторожность	Резкость
Благоразумность	Корректность
Сдержанность	Многоречивость
Рекомендательный	Убеждение
Слабый зрительный контакт	Умеренный зрительный контакт
Двусмысленность	Однозначность
Направленность на реальное восприятие ситуации	Направленность на решение проблем
Выслушивание собеседника	Обрывание разговора собеседника
Назначают только день встречи	Приходят на встречу в указанное время
Знакомясь, рассказывают информацию о себе, семье, связях и родственниках	При знакомстве дают сжатую информацию о себе

Приветствие в речевом этикете арабских стран можно подразделить на две модели, которые применяются в зависимости от ситуации. Первая модель актуальна в случае проведения встречи вне дома, в такой ситуации можно обходиться рукопожатием. Вторая модель подразумевает более сложный процесс, когда встреча может происходить в доме партнёра. В таком случае рукопожатия будет недостаточно, поэтому необходимо осуществить последовательные этапы приветствия. Вначале стоит сказать «салям алейкум», после чего происходит рукопожатие, далее произносят «кейф халак», завершающим этапом приветствия хозяина будет поцелуй гостя в обе

щеки, при этом не стоит удивляться и рекомендуется обратить внимание на то, что хозяин положит левую руку на правое плечо гостя.

После выполнения вышеперечисленных этапов можно считать, что обряд приветствия завершён, но не стоит расслабляться, так как во время беседы собеседник может несколько раз спросить о здоровье и делах, после чего пожелать вам благополучия. Даже если времени на такие мелочи у вас нет, то стоит проявить уважение к основам арабского этикета и культуре, после чего поинтересоваться о том же у собеседника. При этом не стоит волноваться по поводу данного вопроса в процессе деловой беседы, ведь это не значит, что арабскому партнёру вы интересны для сотрудничества, просто речевой этикет арабов отличается от европейского. Распространённым элементом речевого этикета является поздравление, причём поводом для поздравления может быть не только праздники, но и покупка, приезд, встреча. Часто от арабов можно услышать клятвы, не все из них, конечно, искренни, но если речь идёт о клятве честью, то можно быть уверенным, что клятва является истиной, а не способом ввести вас в заблуждение [1].

Приехав на место встречи в условленное время, вы можете не застать партнёра. В том случае, если встреча состоится в офисе, то до прибытия арабского партнёра персонал компании примет вас хорошо и радушно. Европейцы обычно пропускают гостя вперёд, а потом заходят сами, в арабских странах происходит всё наоборот, так как арабы трепетно относятся к своим традициям. Если вы куда-то следуете с арабом, то стоит ориентироваться, исходя из того, где вы стоите – справа или слева от вашего собеседника. В том случае, если он находится слева от вас, то при выходе из офиса, лифта стоит начинать движение первым, если же всё наоборот – движение начинает тот, кто идёт справа [4].

При знакомстве с арабом он будет проявлять к вам гостеприимство и обходительность, так как данные черты являются проявлением мусульманства и данью обычая. Но не стоит расслабляться, ведь беседа может проходить не так радужно, как знакомство и приветствие. Стандарты

поведения и образ жизни арабов, как правило, короче, чем у европейцев. Поэтому не удивляйтесь тому, что беседующие практически прикасаются друг к другу, а это свидетельствует о взаимном доверии. Различными способами арабы воздерживаются от чётких ответов и определённости, зато вместо этого из уст собеседника часто можно услышать «Иншала». Они избегают суетливости, поспешности, то есть если араб захочет отказать вам, то он до конца дослушает ваше предложение, тем самым сохранив своё и ваше достоинство. Отказ будет выражен в максимально смягчённом виде и будет сопровождён отговорками, предложениями и похвалой обсуждаемого предложения. В том случае, если араб несколько раз скажет «да», то сделка удалась. При этом стоит помнить о двусмысленности ответов арабов, лучше несколько раз переспросить, чем неправильно понять партнёра. Стоит помнить, что при переговорах слово «букра», то есть «завтра», означает лишь то, что это дело не вызвало у араба заинтересованности и, скорее всего, не будет выполнено [3].

Общаясь с арабскими партнёрами, следует быть подготовленным к тому, что они не имеют рамок времени, при этом точного времени начала и конца деловой встречи указать никто не может, но если вам предложили прохладительные напитки, то это является знаком, уведомляющим о том, что время встречи подходит к концу. Докладывая о проделанной работе, они чрезмерно болезненно воспринимают критику в свой адрес и, как правило, ожидают одобрения. Compliments в адрес арабов воспринимаются позитивно. Поэтому, ведя диалог с партнёрами, не стоит жалеть слов одобрения их стране, еде, одежде и культуре, но делать комплименты женщинам считается неприличным [4].

Ораторское искусство занимает важное место в формировании речевого этикета арабов, оно почитается и имеет популярность среди населения. Арабы обычно говорят непринуждённо. Краткость и осторожность не стоит применять при беседе с арабскими партнёрами. При встрече лучше говорить много и громче обычного, так как это является

выражением откровенности с вашей стороны. Хорошие шутки ценятся арабами, которые имеют развитое чувство юмора и считают, что с помощью шуток можно преодолевать жизненные трудности и предотвращать конфликты. Особое внимание уделяется контакту взглядов, поэтому при разговоре нужно не опускать взгляд куда-либо, а смотреть собеседнику прямо в глаза.

Любая мелочь, любое действие могут отрицательно сказаться на общении с арабами. Арабы имеют бурную реакцию по мелочам, жесты арабов при разговоре могут показаться обидными для европейцев, такая же ситуация и с европейскими жестами для арабов. Если сидеть нога на ногу, то это будет воспринято как дурной тон, потому что собеседник не должен видеть подошвы вашей обуви. Не стоит употреблять слов «Персидский залив», так как арабы считают залив арабским, а, следовательно, это поднятие вопроса, связанного с национальной независимостью. Затяжные паузы, которые будут возникать в течение диалога, являются общепринятой нормой [2].

Все вышеуказанные особенности речевой этики в арабских странах являются важными, но при этом стоит отметить, что правила общения с женщинами в арабских странах отличаются от общепринятых и должны быть рассмотрены с целью предотвращения форс-мажорных обстоятельств в процессе общения с арабскими женщинами. Все контакты, связи и дискуссии ведутся только с мужчиной, обратиться с просьбой или задать вопрос женщине считается дурным тоном для иностранца. На улице, дома женщина обязана скрывать под одеждой руки, ноги и быть одета в скромную одежду, поскольку этого требуют традиции. Приезжих девушек не будут принуждать скрывать руки и ноги под скромной одеждой, однако одеваться в прозрачные кофты и мини-юбки вам не позволят. В арабских странах женщины имеют право заниматься определённым видом деятельностью и имеют разные права (табл. 2).

Женщины и бизнес в арабских странах

<i>Страна</i>	<i>Место в обществе</i>
Ирак	Женщины занимают руководящие посты в государственных организациях
Иран, Пакистан, Сирия, Саудовская Аравия, Оман, Судан	Женщины не играют никакой роли ни в бизнесе, ни в государственном управлении
ОАЭ	Женщины являются редким явлением в деловой сфере, в бизнесе занимают теоретическое место
Египет	Женщины появляются в бизнесе более подготовленными, чем мужчины, но работают в должности секретарей
Иран	Женщинам не подают руки и не смотрят в глаза, в бизнесе они не играют никакой роли

Образованный человек использует в своей речи цитаты из Корана и слова более высокого стиля. Социальная функция языка может говорить об уровне общественного развития арабов и об их связи с определёнными формами культуры. Можно сказать, что речевой этикет в арабских странах отражает систему нравственных ценностей, которая была сформирована под духовным и идеологическим влиянием ислама [6]; в арабских странах он взаимосвязан с совокупностью различных процессов, разделяющих традиции, социальные нормы и состоит из трёх частей (рис. 1) [5].

В завершение данной темы хочется сказать следующее. Для успешного общения с собеседниками-арабами необходимо изучить особенности их культуры, традиций, обычаев, норм общения.



Рис. 1. Составляющие этапы речевого этикета

Арабский мир является весьма разнообразным и предстаёт сложной системой при его изучении. Каждая страна имеет различные традиции; чтобы достигнуть успешного общения с представителями арабского мира, необходима не только лингвистическая, но и культурная подготовка. Лингвистическая подготовка поможет получить глубокие знания особенностей языка, применяемого в определённом регионе стиля общения, благодаря чему можно составить алгоритм наиболее эффективного этикета общения.

Несмотря на то, что в современных условиях речевой этикет арабов потерпел определённые нововведения, среди молодёжи он по-прежнему остаётся утвердившимся и нерушимым, так как сильно подвержен влиянию религии.

Следовательно, знание, соблюдение и уважение речевого этикета народа и стиля общения является одним из ключевых способов успешного проведения переговоров.

Литература

1. Арабский этикет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.knigge.ru/national_rules_arab.html
2. Общие принципы этикета в арабских странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zireael777.com/etiquette/etiket-v-arabskih-stranah>
3. Национальные особенности этикета в Египте и арабских странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wildmistress.ru/wm/wm.nsf/publicall/2008-12-03-567387.html>
4. Деловой этикет в арабских странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://arabistika.by/etiquette.html>
5. Этапы речевого этикета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tutoronline.ru/blog/rechevoj-jetiket>
6. Положение и права женщины в арабских странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-dubai.com/news-blog/life-in-uae/442-polozheniye-i-prava-zhenshchiny-v-dubaye-oae>
7. Западная и восточная культура переговоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studme.org/108908155958/politologiya/zapadnaya-_vostochnaya-_kultura_peregovorov_sravnitelnyu_analiz

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОНФЕССИОНАЛЬНОГО СТИЛЯ РЕЧИ

*Носков А.,
студ. группы ТСК-476;
научный руководитель: Ковалёва Н. А.,
к.филол.н., доц. ГОУ ВПО «Донбасская
национальная академия строительства и архитектуры»*

Вопрос рассмотрения развития отличительных компонентов религиозной речи современности является достаточно важным. Приёмы

коммуникации, которые наиболее распространены в религиозном общении, основные изобразительно-выразительные стилистические средства церковно-религиозного стиля значительно отличаются от делового стиля речи. Это объясняется серьёзными переменами, которые произошли в религиозной коммуникации в конце XIX – начале XX века. После многих коммуникационных преобразований религиозная речь пережила множество изменений, адаптирующих её к современности, что повлияло на стилистическую окраску средств языка религии.

Речь является доминирующей составляющей религиозной коммуникации, которая направлена на взаимодействие, общение, религиозную социализацию, передачу и постижение религиозной информации, упрочение связи между верующими. Религиозная коммуникация имеет группу особенностей, которые налагают безусловный отпечаток на религиозную речь.

Самые древние особенности – это сакрализация (то есть объявление священным) произведения, в котором содержатся главные религиозные идеи, опора на авторитеты, иерархизация текстов, примат веры над рациональным осмыслением религиозных идей, эстетизация религиозных произведений, стремление сберечь священные тексты максимально близко к первоисточнику, ограничение допуска к священным текстам различных социальных групп, исследование форм передачи учения и разработка контроля над религиозной коммуникацией. В ходе развития религии речь обретала определённые конфессиональные особенности, в итоге чего сформировался индивидуальный конфессиональный стиль речи.

Религиозное общение осуществляется в вертикальном и горизонтальном направлениях. *Вертикальное направление* содержит в себе сакральное обращение к объекту поклонения, к божеству, то есть молитву. Это диалог между профанным (материальным) и сакральным (потусторонним). *Горизонтальное направление* складывается из внутреннего и внешнего социального общения религиозной общины. Основными

составляющими горизонтального направления общения являются – исповедание, проповедь и общение верующих между собой вне богослужения. На данный момент известны четыре ведущих мировых религии: иудаизм, буддизм, ислам, христианство. На примере последней, наиболее близкой к славянскому этносу, мы и определим основные исторические перемены в конфессиональном стиле речи.

История обособления этого стиля речи начинается с перехода религии от политеизма (многобожия) к монотеизму (единобожию). При этом возникал запрет на поклонение другим богам, кроме Единого, что потребовало обособленных черт поклонения. Христианство – самая распространённая религия, более двадцати процентов населения Земли являются христианами той или иной конфессии. В центре христианского вероучения – Иисус Христос, Сын Божий, явившийся людям в человеческом облике более двух тысяч лет назад. Он принёс прощение грехов верующим в Него через свою жертву на кресте. Основной книгой, содержащей в себе ключевые религиозные идеи христианства, является Священное Писание. Оно более известно под названием Библия, состоящее из Ветхого завета и Нового завета. На Руси христианство появляется в X веке н.э. После исторического события, известного нам как крещение Руси, христианство стало самой распространённой религией в славянской культуре.

В четвёртом веке после рождения Христова совершается легализация христианства, а после – и вовсе присвоение ему статуса государственной религии. Именно с этого момента начала быстро развиваться культура христианской религии, важной частью которой стала свободная публицистическая мысль. Также из-за различных диссидентских и еретических движений появилась необходимость апологетической защиты чистоты учения. Появились религиозные деятели, которые, пользуясь достижениями классической религиозной риторики, создавали труды различных религиозных направленностей. Религиозный язык переставал быть просто сакральной речью, он начал приобретать «сакрально-

коммуникативную функцию». Особое воздействие на усовершенствование религиозной речи оказывали переводы Священного Писания, к которому относились весьма трепетно и осторожно. Впоследствии, из-за переводов Библии на другие языки, созидались или преобразовывались алфавиты, стремительно расширялся словарь языка, появлялись новые синтаксические конструкции. Не все конфессии христианства одобряли такие переводы и часто запрещали неизбежно трансформирующемуся языку социума видоизменять язык богослужения. В конфессиональном стиле речи начали появляться устаревшие речевые конструкции, архаизмы, анахронизмы.

В средние века сформировалось функциональное двуязычие, то есть один язык был этическим для социума, другой – надэтическим, используемым в специальных религиозных функциях. Существование единственно правильной книги для спасения души создаёт атмосферу особого отношения к языку. Так, некогда доступный язык превращался в язык, требующий отдельного изучения и толкования. Однако протестантская реформация шестнадцатого века, третья коммуникативная революция и другие исторические факторы всё более подводили христианскую коммуникацию к адаптации в современной среде. Двадцатый век стал веком прорыва в этом вопросе.

Как уже указывалось выше, конфессиональный стиль речи наиболее выразительно проявляется в молитве, проповеди и общении друг с другом верующих. Обращение к высшим силам, то есть молитва, требовало речи, отличной от обиходной. Приписывание таких возможностей определённым языковым средствам и вырабатывало конкретные формы речи, характерные для обращения к Богу. Все речевые обороты явно демонстрируют зависимость молящегося, максимально передают его благоговение перед Творцом.

Конфессиональный стиль речи имеет очевидную символическую окраску. Это заметно в общении верующих, даже вне собрания. К примеру, вместо знакомого, общеупотребительного для социума приветствия, можно

услышать «Батюшка, благослови – Бог благословит», «Мир дому вашему – С миром принимаем», обращения друг к другу – «брат», «сестра», вместо прощания – «С Богом», «С Господом».

Наиболее отчётливо особенности конфессионального стиля речи проявляются в проповеди. Религия как межличностный коммуникативный процесс начинается с проповеди. Проповедь – это не жанр, а форма и метод церковной массовой коммуникации, поэтому она содержит как и вышеперечисленные особенности, так и свои, специфические. Цель проповеди – донести смысл Божьего слова до сознания людей. Она освещает и непонятные места Священного Писания и литургии. Проповедь может быть обращена как к верующим, так и к неверующим людям. Часто христиане трансформируют рассуждения о научных открытиях и о социальных проблемах в евангелизационную (то есть в речь для обращения в веру) проповедь. Она также является самым эмоционально-насыщенным звеном религиозной коммуникации.

Типичные особенности проповеди: христианский прагматизм, подчиняющий всё одной сверхцели: спасение души; активное использование античного наследия; особая роль Библии как беспрекословного и самого авторитетного источника; авторитарный характер речи; дидактизм проповеди.

Поскольку проповедь во многих конфессиях занимает центральное место в литургии (богослужение, включающее в себя молитвы, песнопение, чтение священных книг и другие обрядовые действия), то именно она несёт в себе максимальный отпечаток всех исторических преобразований. В ней переплетаются различные языки, ораторские приёмы, простота бытия с религиозной догматикой. Длительное время проповедь читалась на «священном» языке – церковнославянском или латинском, однако это не всегда восполняло духовные нужды прихода. Со временем литургия на родном для церковного прихода языке стало повсеместным событием, вытесняя архаичную речь.

Подводя итог сказанному выше, можем отметить такие основные особенности конфессионального стиля речи, сформировавшиеся после многовековой истории, как: многочисленные ссылки на письменный источник, который содержит основы вероучения; явная или косвенная уверенность в существовании трансцендентного (потустороннего) мира, распорядителем которого является Бог; единая сверхцель, к которой сводится общение – спасение души; явный символический оттенок речи; наличие анахронизмов и архаизмов и наличие сакрального смысла в речи. Данные особенности должны помочь нам в поисках и извлечении необходимой нам информации и в правильной оценке её авторитетности.

Литература

1. Библия. Синодальный перевод. – England: Clays Ltd, St Ives plc, 2006. – 1117 с.
2. Бугаёва И. В. Язык православной сферы: современное состояние, тенденции развития: автореф. диссертации / И. В. Бугаёва. – М.: 2010. – 20 с.
3. Мечковская Н. Б. Язык и религия: лекции по философии и истории религий / Н. Б. Мечковская. – М.: Агентство «ФАИР», 1998. – 352 с.
4. Петрушевич М. С. Релігійні комунікації: християнський контекст / М. С. Петрушевич. – Острог: Вид-во Нац. університету «Острозька академія», 2011. – 228 с.
5. Петрушевич М. С. Религиозная коммуникация: специфика проповеди в христианских конфессиях / М. С. Петрушевич – Острог: Вид-во Нац. університету «Острозька академія», 2011. – 10 с.
6. Сорокина С. Е. Контрольная работа по философии / С. Е. Сорокина. – Можга, 2010. – 7 с.

СНИЖЕННАЯ ЛЕКСИКА И КУЛЬТУРА РЕЧИ

*Потанова В.,
студ. группы ВВ-47а;
научный руководитель: Чернышова Л. И.,
к.филол.н., доц. ГОУ ВПО «Донбасская
национальная академия строительства и архитектуры»*

Широко известно, что современный русский язык представлен не только литературным (нормативным) языком, но и такими по разным причинам ограниченными в употреблении пластами, как территориальные диалекты и субстандартные формы существования языка. Под последними обычно понимают просторечие и жаргон, который представляет собой социальную разновидность языка, которая характеризуется территориальной незакреплённостью, ненормативностью и специфической лексикой и фразеологией. Это пласт лексики русского языка ограниченной сферы употребления является достаточно важным аспектом языкового общения, поскольку многими учёными отмечено негативное влияние сниженной лексики на нормативный язык, что создаёт определённые проблемы в аспекте культуры речи.

Русский язык конца XX – начала XXI века переживает период «вульгаризации» – процесса, связанного с активным воздействием сниженной лексики на нормативный язык. На телевидении и радио, в газетах и журналах, в рекламных роликах и в современной прозе, в русской части Интернета царит речевая вседозволенность, которая проявляется, в частности, и в использовании таких слов и грамматических форм, которые ещё 20 лет назад были недопустимы в речи образованного человека.

Чрезмерное и неоправданное использование сниженной лексики создаёт двойной отрицательный эффект. С одной стороны, такая речь свидетельствует о скудости речевого багажа говорящего, о его низком уровне образования и культуры в целом. С другой – обилие просторечных и жаргонных слов претит языковому и эстетическому вкусу слушателя или

читателя, а это может привести к коммуникативной неудаче: говорящий на специфическом, сниженном языке рискует быть либо не понятым, либо воспринятым как недостойный собеседник. В то же время речь человека, говорящего на правильном, чистом, литературном языке, воспринимается легко: его слова понятны любому и не вызывают эстетического отторжения.

Для субстандартной лексики характерны некоторые особенности. Одна из главных – полное отсутствие сформулированных правил выбора и употребления тех или иных слов, морфологических форм и грамматических конструкций. Иными словами, носитель просторечия или жаргона никогда не соотносит свою речь с нормами литературного языка, не задумывается о её качестве. Как следствие, в речи слова испытывают фонетические изменения, прослеживается нарушение акцентологических, морфологических, синтаксических, стилистических норм, смысловой сочетаемости словоформ.

В связи с тем, что сниженные разновидности языка не существуют в письменной форме, на жаргоне невозможно написать научную статью или какой-либо нормативный акт, то есть для жаргона характерно отсутствие стилистических различий при формировании высказывания. Для субстандартной лексики в целом, и для жаргона, в частности, характерно преимущественное использование грубых, экспрессивно окрашенных слов, обычно характеризующихся отрицательной оценкой. Этот принцип проявляется во всём: в названиях окружающих вещей и предметов (*шмотки, тряпки* – об одежде), частей человеческого тела (*котелок, чайник, мозги* – о голове), национальностей (*хачик, черномазый*), профессий (*гад, мент, мусор, волчара* – о милиционере) и т. д. Именно поэтому в сниженных разновидностях речи почти не встречаются слова, положительно окрашенные, выражающие доброжелательное отношение (невозможно сформулировать комплимент на жаргоне или сленге и адресовать его понравившемуся человеку) [3, с. 308].

Однако при всём сходстве субстандартной лексики существуют определённые различия между просторечием, жаргоном и сленгом.

Просторечие – это речь малообразованных городских жителей. Просторечие напрямую связано с социальной сферой жизни человека: говорящие на нём – это люди с невысоким уровнем образования, низкой общей культурой, ограниченным речевым и читательским опытом.

Характерные особенности просторечия:

- фонетические (*сосиська, коммунизм, трамвай, радио и т. д.*);
- акцентологические (*килОметр, шОфер, полОжить, магАзин и т. д.*);
- словообразовательные (*племяш, братуха, сродственник и т. д.*);
- морфологические (*с повидлой, фамилие, без пальта, ложить, ихний и пр.*);
- синтаксические (*я согласная, беспокоиться за сына, приехать с Москвы*) [3, с. 308].

Жаргонная лексика, в отличие от общенародной, используется в кругу лиц, объединённых общностью интересов, занятий, положения в обществе. В составе жаргонной лексики можно выделить несколько разновидностей, в зависимости от употребляющих её социальных групп общества.

В современном русском языке выделяют молодёжный жаргон, или сленг – слова и выражения, употребляемые людьми школьного и студенческого возраста в устной и письменной форме общения. Использование жаргонизмов в молодёжной среде связано со стремлением молодых людей неординарно и эмоционально выразить своё отношение к явлениям, предметам, процессам окружающей действительности, дать им оценку: *прикольный, обалденный, убойный, кайф, потрясно, улётный, ржать, ишачить, пахать, загорать, зубрить, пропесочить, халява* и т. п.

Сленг распространён преимущественно в устной речи и нередко отсутствует в словарях. Кроме того, он употребляется практически в любых речевых ситуациях при неформальном общении людей.

Характерные отличия молодёжного сленга от других типов жаргона – ироническое отражение действительности, отход от обыденности, стремление противопоставить собственную речь речи взрослых,

эмоциональность, экспрессивность, образное, игровое начало. Увлечение сленгом свидетельствует не только о низкой речевой культуре говорящего, но и о его примитивном восприятии окружающего мира. Сленг находится в постоянном движении, довольно быстро обновляясь и закрепляясь в речи молодёжи. Основными источниками пополнения этой разновидности жаргона являются как заимствования из других языков (*респект, драйв, фейк, гёрла*), так и использование новых значений уже существующих слов (*предки, шнурки, лох, клави (клавиатура), тащусь, тормоз, тормозить*) и т.п.

Особой разновидностью жаргона является речь представителей деклассированных слоёв носителей языка (воровской жаргон, лагерный жаргон, жаргон наркоманов). Эта речь, выплеснувшаяся в наш язык из мест заключения («зоны»), в наше время, к сожалению, получила значительное распространение через употребление таких жаргонизмов, как *заказать, замочить, наехать, крыша, мокруха, разборка, хата, ксива, ловить кайф, ширяться, глючить* и т.п. Попадая в сферу широкого молодёжного употребления, отрицательные ассоциации и связанный с ними криминальный ореол этих слов со временем исчезают. При этом прослеживаются процессы расширения, трансформации, переосмысления значения этих слов (жаргонизмов, диалектизмов, заимствований).

В связи с этим необходимо помнить, что одной из проблем жаргона в целом, и молодёжного сленга, в частности, становится размытость семантики слов и выражений, его составляющих. Так, даже представителями одной социальной группы одно и то же слово может пониматься по-разному (например, слово *халявный* только в молодёжном сленге имеет, как минимум, пять значений: бесплатный, нетрудный, несложный, необременительный, получаемый за чужой счёт). Во-вторых, одно и то же слово может иметь разное смысловое наполнение для представителей разных социальных групп и носителей разных жаргонов (так, слово *халява* в жаргоне компьютерных пользователей может означать бесплатно распространяемую программу).

Итак, чрезмерное и немотивированное использование в собственной

речи субстандартной лексики может вызвать проблемы разного рода: частичное или полное непонимание, возникновение двусмысленностей, лексических или стилистических ошибок, оскорбление эстетического или языкового вкуса собеседника. Как правило, обильное употребление субстандартной лексики сигнализирует о плохом владении нормами литературного языка, вызывая у слушателя подозрение в недостаточной степени образованности говорящего или пишущего.

Литература

1. Голуб И. Б. Культура письменной и устной речи: учеб. пособие [Текст] / И. Б. Голуб. – М.: КНОРУС, 2014. – 264 с.
2. Голуб И. Б. Русский язык и практическая стилистика: справочник [Текст] / И. Б. Голуб. – 2-е изд. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – 459 с.
3. Русский язык и культура речи: учебник для прикладного бакалавриата [Текст] / В. Д. Черняк, А. И. Дунев, В. А. Ефремов, Е. В. Сергеева; под общ. ред. В. Д. Черняк. – 3 изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2015. – 505 с.

КУЛЬТУРА РЕЧИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИОЛОГА

*Пузикова А.,
студ. группы С-15;
научный руководитель: Богданов А. В.,
к.н. по гос.упр., доц. ГОУ ВПО «Донецкий
государственный университет управления»*

Культура речи – это сложное многогранное понятие, которое в нашем представлении неразрывно связано с образованностью и профессионализмом. Что же такое культура речи? Насколько тесно она связана с профессиональной деятельностью? Можно сказать, что в наиболее

широком смысле культура речи, как понимает её большинство, состоит из высокого уровня владения родным языком, умения вести разговор, вежливой речи и широкого словарного запаса.

Общая культура речи предусматривает нормы речевого поведения и требования к речи в любых ситуациях общения, культура профессионального общения характеризуется рядом дополнительных по отношению к общей речевой культуре требований. Речь является средством приобретения, осуществления, развития и передачи профессиональных навыков. Речь – основной вид коммуникации, известный человеку. Эта аксиома наталкивает на мысль о том, что культура речи – это определённое качество данной коммуникации. Культура профессиональной речи включает:

- владение терминологией данной специальности;
- умение строить выступление на профессиональную тему;
- умение организовать профессиональный диалог и управлять им;
- умение общаться с неспециалистами по вопросам профессиональной деятельности.

Для начала обратимся к профессии, для которой культура речи играет во многом определяющую роль, – это профессия социолога. Социологи исследуют формы общения внутри различных социальных групп и между группами, различия в типах общения, вызванные социальными причинами. В современных условиях социолог как представитель профессионального сообщества должен нести личную моральную ответственность за взаимоотношения с различными субъектами, с которыми необходимо вступать в контакты при осуществлении профессиональной деятельности:

1. с обществом, представляемым а) ретрансляторами информации (журналисты, политики, политологи, комментаторы), б) потребителями информации, (специалисты, апеллирующие к результатам социологических исследований), в) с населением как носителем общественного мнения, г) властными структурами и идеологическими институтами, заинтересованными в тенденциозной информации;

2. с соисполнителями в конкретных проектах;
3. с респондентами;
4. с заказчиками;
5. с профессиональным сообществом.

Важными показателями культуры устной и письменной речи является стиль общения, функциональная грамотность. Этические требования к языку и речи в профессиональном общении просты, но выполнение их непросто. Это ответственность за каждое сказанное слово, это правильность речи и языка.

1. Социолог отстаивает свои взгляды, идеи и концепции. Защита своей точки зрения, проявление научной честности и принципиальности требуют от него нравственной твёрдости и гражданского мужества, способности вступать в спор с общепринятыми взглядами на то или иное явление общественной жизни, с авторитетами в науке.

2. Отношение социолога к другим идеям и людям – авторам или сторонникам этих идей – отличается терпимостью и уважением.

3. Повседневную деятельность социолога, его контакты и связи с коллегами характеризуют взаимная поддержка в борьбе за истину, высокая культура чувств, тактичность, общительность и умение вести себя, не роняя достоинства. Как правило, высокий уровень речевой культуры ассоциируется с воспитанностью, образованностью и богатым внутренним миром, а также с высоким профессионализмом и предельным вниманием к своей работе. Таким образом, уделять внимание своей речи – в интересах любого работника сферы услуг, желающего достичь успехов на избранном поприще.

Наконец, культура речи помогает нам попросту не попасть впросак. Допуская в разговоре с образованным клиентом речевые ошибки, мы рискуем быть не понятыми и неинтересными. Таким образом, пренебрегать развитием речи непозволительно, так как для социолога общение с людьми – часть профессиональной деятельности. Задача каждого из нас – совершенствовать свою речь. Нужно постоянно обогащать свой словарный

запас, учиться чувствовать своего собеседника, уметь подбирать наиболее подходящие для каждого случая слова и конструкции. Язык, прежде всего, социален по своей сути, и основная его функция – быть средством, орудием общения людей. На базе этой функции и в связи с нею осуществляются и другие функции языка – воздействие, сообщение, формирование и выражение мысли. Эти функции также социальны.

Для успеха в профессиональной деятельности современному специалисту необходимо в совершенстве владеть навыками культуры речи, обладать лингвистической, коммуникативной и поведенческой компетенцией в профессиональном общении. Поэтому грамотная речь для социолога – не просто удобный инструмент профессиональной деятельности, но и её неотъемлемая часть.

На основании выше сказанного можно сделать вывод о том, что умение контролировать эмоции, направлять диалог в соответствии с потребностями профессиональной деятельности является неотъемлемой частью профессионального общения социолога.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПОСТРОЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ

*Теодорский И.,
студ. группы МВД-14;
научный руководитель: Светличная В. Ю.,
ст. преп. кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»*

В сложившейся кризисной ситуации мировой экономики, для которой характерны динамичные и непредсказуемые процессы, нестабильность в мировых взаимоотношениях большинство организаций несут огромные финансовые потери не только по причине снижения продаж, но и вследствие

негативного психологического состояния сотрудников. Такая напряжённая ситуация на рабочих местах не могла не отразиться на деятельности всех субъектов экономики без исключения, а потому одним из самых негативных проявлений данной ситуации является социальная напряженность в каждом слое общества. Кроме всего перечисленного, всё чаще стороны взаимоотношений забывают о нормах и правилах общения и прибегают к неэффективным моделям взаимодействия, которые не только не приводят к желаемому результату, но и тормозят процесс межличностной коммуникации.

Именно перечисленными выше факторами, а также динамичностью развития мировых тенденций изменения коммуникаций и ведения переговоров на бытовом и деловом уровнях объясняется актуальность темы данной работы.

В момент зарождения коммуникации автоматически возникает субъект и объект, которые являются действующими лицами на протяжении всего общения. Как правило, субъект данного процесса хочет добиться от объекта определенного результата путём различных приёмов или манипуляций. Однако большинство людей допускают классические ошибки в самом процессе ведения диалога и не получают ожидаемого. Такими недочётами могут быть следующие: неправильное начало общения с использованием негативных шаблонов речи, создание фразы с частицей «не», которая заведомо создаёт негативный окрас самой беседы. Сравните, например, две фразы: «Не хочу быть бедным» и «Хочу быть богатым». Также стоит обратить внимание на правильное и «выгодное» построение конструкций, используемых в речи сторонами общения. Например, фраза «Я Вас не понял» может угрожать вашему статусу в глазах собеседника, в то время как выражения «Уточните, пожалуйста» или «Позвольте уточнить, правильно ли я Вас понимаю» характеризует вас как активного слушателя, внимательного оппонента, не желающего терять смысл разговора. Использование в разговоре уменьшительно-ласкательных слов также является

нежелательным. Например, заявочка, звоночек, покупочка, договорчик никак не придают серьёзности менеджеру, а следовательно и не вызывают доверия.

Нейролингвистическое программирование (НЛП) – отрасль психологии, которая занимается предупреждением, сглаживанием и разрешением таких видов ошибок и как следствие конфликтных ситуаций.

«НЛП – это психологическая школа, в основе которой лежит идея о процессе моделирования субъективного опыта человека. Смысл этой идеи в том, что человек (с помощью другого человека или самостоятельно) в принципе способен «перепрограммировать» свой субъективный опыт, а с ним – и присущие ему способы взаимодействия с окружающим; в результате человек оказывается способным добиться большего успеха, достичь субъективно значимых целей» [1].

По словам О'Коннора и Сеймора «НЛП – это искусство и наука о совершенстве; результат исследования того, как выдающиеся люди в различных областях деятельности достигали своих выдающихся результатов»[2].

Термин «нейролингвистическое программирование» включает в себя понятия ряда различных научных областей: *нейро-, лингво- и программирование.*

Программирование в самом термине «НЛП» говорит о методе воздействия на человека. Как доказали американские ученые, проводившие испытания на тестовой группе, если убрать темперамент, то человек на 80-90% является механическим в плане психологии и действует сугубо по установленным программам. Данные программы создаются за счет влияния окружающего нас мира, людей и отчасти природой. Но все эти установки и программы, записанные на протяжении определенного периода, возможно изменить при помощи НЛП путем перепрограммирования мозга, выбрав предварительно способы, за счёт которых субъект может достичь желаемого результата.

Нейро- часть термина, которая указывает на место применения всех действий в процессе использования методик НЛП. Нейрофизиологические процессы, происходящие в нашем мозге, отражают невидимые мыслительные процессы и видимые физиологические реакции на идеи и события. В структуре нейролингвистического программирования мышление, память, творчество, воображение и другие познавательные процессы являются результатом программ, выполняемых нервной системой человека.

«*Лингвистическая*» часть акцентирует внимание на том, что речь является продуктом нервной системы, одним из основных способов, с помощью которого человек вызывает ответную деятельность нервной системы других людей. В НЛП к лингвистической части относится также изучение путей влияния структуры слов на ассоциативные процессы восприятия, и, как следствие, на смысл слова и воздействие этого слова на человека. Лингвистическая составляющая НЛП основывается на трансформационной грамматике, выделяющей глубинные структуры языка, правила организации и трансформации сообщения. Как видим, язык используется не только для того, чтобы вступать в коммуникацию с другими людьми, но и для упорядочивания мыслей и поведения (как собеседника, так и наших собственных) [3].

«Можно сказать, что НЛП – это правила, достижения мастерства в любом деле. Методы, методики, схемы нейролингвистического программирования могут весьма успешно применяться в самых разнообразных сферах человеческой деятельности:

- НЛП изучают в спецслужбах;
- НЛП применяется в рекламе и PR;
- НЛП изучается и применяется в менеджменте;
- НЛП изучается и применяется в психологии и психотерапии;
- НЛП применяется в сфере образования.

Нет такой сферы человеческой деятельности, где НЛП не нашло бы применения» [4].

Субъект, практикующий нейролингвистическое программирование, может использовать свои навыки в социальных контактах с обществом для получения желаемого. Данная область знаний имеет устоявшиеся алгоритмы для создания эффективных взаимоотношений между субъектами.

«Большинство методов НЛП построено на 4 основных позициях:

- восприятие ситуации с точки зрения себя;
- восприятие ситуации с точки зрения своего собеседника;
- восприятие ситуации с точки зрения постороннего наблюдателя;
- восприятие ситуации с точки зрения всей этой системы отношений (метапозиция)» [4].

В последнее время число методов очень быстро растет за счёт того, что в НЛП наблюдается тенденция узкой специализации.

Каждая модель или техника НЛП состоят из определённых этапов воздействия субъекта на объект, такими этапами выступают следующие:

- установление психологического контакта с объектом;
- налаживание и поддержание с ним процесса коммуникации;
- побуждение объекта к соответствующему желательному поведению [5].

Рассмотрим некоторые из методов НЛП на примере ситуаций.

Использование двойного вопроса – данная техника предполагает, что в момент зарождения беседы субъект знает конечную цель и постепенно подводит оппонента к заданному результату, в несколько этапов.

1. Первая просьба или вопрос, является заведомо абсурдным, за которым последует отрицательный ответ.

2. Далее формулируется основной вопрос (в этом случае объект на подсознательном уровне ответит положительно, так как чувствует вину за невыполненную предыдущую просьбу).

Так, например, при встрече двух субъектов, один из которых планирует получение выгодного предложения, его действия будут иметь определённую последовательность.

1. Представитель фирмы «А» договорился о поставках своей продукции в розничную сеть супермаркетов «Б». Переход к самой технике может быть абсурдным на первый взгляд, но эффективность от него велика. Представитель магазинов «Б» предлагает цену, по которой может забрать партию, и она заведомо мала, например, 100 комплектов продукции за 2 условные денежные единицы, в то время как себестоимость этого товара составляет ровно 2 ед., а значит фирма-продавец остается без прибыли. Естественным ответом будет отказ представителя фирмы «А» от сотрудничества на таких условиях.

2. Тогда представитель сети супермаркетов «Б» предлагает забрать 112 комплектов продукции по 2,2 условные денежные единицы. В результате нехитрых манипуляций сеть магазинов получила желаемый товар, по приемлемой стоимости.

Метод *использования нелепых допущений для защиты* используется для того, чтобы сбить собеседника с мысли и тем самым уйти от ответа. Когда субъект прибавляет к какой-либо фразе маловероятные допущения при помощи слов «а Вы думали», «а Вы хотели», у собеседника создаётся впечатление, что он в действительности это подразумевал, и тогда оппонент автоматически начинает оправдываться, уходя от своего собственного вопроса.

Очень часто в практиках по НЛП встречаются также названия «*пресуппозиции*», «*предустановки*» и «*допущения*», что, по сути, является одним и тем же.

Это такие языковые приёмы, которые с точки зрения мышления, делают предполагаемое чем-то реальным, и оппоненту приходится принимать допущение как данность, чтобы общение стало осмысленным. Это чрезвычайно действенные, эффективные словесные шаблоны, состоящие из фраз, в которых наличие какого-то предмета, явления или поведения предполагается как само собой разумеющееся, и собеседник невольно соглашается с правильностью допущения.

Например, «маленькие дети очень не любят убирать на место игрушки и часто капризничают, когда их приучают к этому. Попробуйте спросить: «Ты хочешь убрать сначала все мягкие игрушки или вот эти кубики?» Ребенок поневоле начинает выбирать, но самое важное, что его мозг автоматически пропустит без критики слово «хочешь», даже если оно относится к слову «убрать» [6].

Также стоит обратить внимание на некоторые конструктивные особенности русского языка, используемые в нейролингвистическом программировании. Так, например, специалисты в этой области знаний не рекомендуют использовать такую конструкцию вопроса, которая предполагает его начало со слова «почему?».

«В большинстве случаев вопрос «почему?» произносится автоматически в момент несогласия оппонента либо отказа, а потому может привести к бессознательной агрессии оппонента; высказыванию (вслух) причины, по которой клиент с вами не согласен; занятию оппонентом жёстких высказанных позиций по отношению к вам.

Зачастую в результате вопроса «Почему?» вы искусственно получаете преждевременный и, может, еще не до конца обдуманый ответ, который, будучи высказанным в какой-то форме, заставляет оппонента его придерживаться. У собеседника нет времени и (или) желания во время разговора хорошенько обдумать истинную причину отказа, и давление вашего вопроса ведет к тому, что он высказывает просто первое подходящее возражение, которое ему приходит в голову» [7].

Специалисты в таком случае советуют перефразировать вопрос, чтобы он начинался со слова «как?», что приведет вас к пониманию структуры проблемы. Например, если подписание договора по каким-то причинам не удастся, у оппонента лучше спросить не «Почему Вы не хотите подписывать договор?», а «Как мы можем изменить условия договора, чтобы начать сотрудничать с Вами?».

Как видно, нейролингвистическое программирование насчитывает огромное количество технологий, а НЛП-методы широко распространены и применяются в различных сферах человеческой деятельности, используются как рядовыми субъектами взаимоотношений, так и на профессиональном уровне. Освоение основных техник и методов НЛП является одной из важных составляющих при обучении успеху окружающих, повышении эффективности коммуникации различных групп людей.

«Подтверждением данного тезиса может являться следующий факт: многие из списка 500 лучших руководителей журнала “Fortune” обнаружили, что с помощью техник НЛП можно достичь и мастерства в менеджменте, и личного благополучия. Также отмечают важность гибкости ведения деловых встреч. По их словам, быть гибким – значит занимать такую позицию, в которой создаёшь желаемые результаты независимо от текущей ситуации, её сложностей, неоднозначности, темпа, ожиданий, культуры, предпосылок и тактической обстановки» [8].

Большинство успешных людей отмечают, что правильное построение просьб, приказов, которые гарантированно будут выполнены, напрямую зависят от лингвистического аспекта программирования.

Литература

1. [Электронный ресурс]: / Режим доступа: <http://www.pclever.ru/gonc-590.html>
2. О’Коннор, Сеймор Д. Введение в нейро-лингвистическое программирование. – Челябинск, 1997. – С. 13.
3. Щербатых Ю. В. [Электронный ресурс]: / Режим доступа: http://www.no-stress.ru/articles/NLP-artickle/what_is_NLP.html
4. [Электронный ресурс]: / Режим доступа: <http://www.ikirov.ru/news/6750-что-такое-nlp>

5. Психологическое воздействие рекламы на потребителя: каналы, механизмы, условия эффективности [Электронный ресурс]: / Режим доступа: <http://studopedia.org/8-75370.html>

6. Мелихов И. Н. Скрытый гипноз. Практическое руководство [Электронный ресурс]: / Режим доступа: <http://www.rulit.me/books/skrytyj-gipnoz-prakticheskoe-rukovodstvo-read-123423-61.html>

7. Техника продаж [Электронный ресурс]: / Режим доступа: http://eqpersonal.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=376:2011-10-15-11-25-09&catid=72:2011-01-05-16-02-21&Itemid=146

8. Дэвид Молден. Менеджмент и могущество НЛП. Как опередить конкурентов с помощью нейролингвистического программирования [Электронный ресурс]: / Режим доступа: http://yurii.ru/ref3/molden_devid__menedzhment_i_moguhhestvo_nlp__kiev__1997__115_s.php

КУЛЬТУРА РЕЧИ В РУССКОЙ И ДРУГИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРАДИГМАХ

*Ткаченко Е.,
студ. группы ТСК-476;
научный руководитель: Ковалёва Н.А.,
к.филол.н., доц. ГОУ ВПО «Донбасская
национальная академия строительства и архитектуры»*

В Большом Энциклопедическом Словаре, в котором освещаются вопросы языкознания, понятие «культура речи» означает следующее: «Культура речи – это владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, стилистики), а также умение использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи; раздел языкознания,

исследующий проблемы нормализации с целью совершенствования языка как орудия культуры» [6].

Норма – это общепринятые языковые или речевые приёмы, зафиксировавшиеся в области показательного применения (речь дикторов радио и телевидения, митинговые выступления, статьи в периодике). Норма – явление историческое: характеризуется устойчивостью, стабильностью, которые лежат в основе его деятельности, норма подлежит видоизменениям, что следует из природы языка как категории социального, находящегося в непрерывном движении вместе с его носителем – обществом.

Неустойчивость языковой нормы иногда приводит к тому, что один и тот же языковой процесс имеет в конкретные временные отрезки не один регламентированный способ изложения, а больше: предшествующая форма ещё не утрачена, но наряду с ней появляется уже новая (двойное ударение в словах «иначе», «мышление», «творог» и др.; спаренные формы типа «много народу» – «много народа»; «чашка чая» – «чашка чаю»). Появляющееся в связи с этим разнообразие в целом не искажает нормы, а делает их более эффективным механизмом подбора языковых способов в области стилистики [5].

Причины развития литературной нормы различны. В первую очередь, это активная озвученная речь. Она изменчива; в ней присутствуют элементы, не присущие официальной норме, – особое ударение, новое слово, которого нет в словарях, синтаксический оборот, не предусмотренный грамматикой. При многократном повторении неологизмы могут внедряться в словесный уклад и конкурировать с установленными правилами [1].

Некоторые национальные лингвистические традиции являются основой развития науки о языке. На раннем этапе формирования языка ещё не было единой мировой науки, и изучение языков осуществлялось индивидуально в пределах различных культур (что не исключало вероятных воздействий одних обычаев на другие), причём в большинстве случаев такое изучение

было непосредственно обусловлено решением тех или иных практических задач и не отделялось от них [1].

Национальные лингвистические традиции – порядок преподнесения знаний о языке, сформировавшийся в рамках тех или иных культур. Из этого определения вытекает, что прилагательное «национальные» используется в данном значении с безусловным оттенком символичности, скорее, в ограниченном или общецивилизационном, нежели в страновом или тем более этническом понятии; точнее было бы говорить о локальных или автохтонных лингвистических традициях, однако термин уже устоялся [4].

Мнения о происхождении и развитии языка складывались с давних времён. Человеку характерно размышлять об окружающих его процессах, в том числе и о развитии языка, на котором он говорит. В донаучный период со стремлением получить ответ на этот вопрос следовало систематическое превращение понятий от мифологических к философским отображениям. Первоисточниками обычаев изначально являлась потребность в обучении родному языку. Связи с различными цивилизациями определили цель понимания чужих языков. Экономический и культурный прогресс цивилизаций позволил рассматривать все языки не только как способы взаимопонимания, но и как особые средства для применения во всех видах деятельности [1].

В исторической проекции очерчивается несколько основных лингвистических традиций:

- индийская языковедческая традиция;
- греческая лингвистическая традиция;
- римская лингвистическая традиция;
- арабская лингвистическая традиция;
- европейская языковедческая традиция;
- античная языковедческая традиция;
- китайская языковедческая традиция.

В любом достаточно развитом обществе возникали свои традиции со своими особенностями. Восточная (индийская) и античная (греко-римская) традиции в совокупности повлияли на современное положение науки о языке.

Индийская лингвистическая традиция является одной из древнейших, если не самая древнейшая [2]. Датировка её истории, как и вообще датировка истории Древней Индии, сложна и проблематична, однако она, безусловно, сформировалась не позже первой половины 1-го тыс. до н.э. Первым известным лингвистом Индии считается Яска, основатель первой в мире классификации частей речи; жил он приблизительно в середине 1-го тыс. до н.э. Затем возникла великая грамматика Панини (между VI и II веками до н.э., хотя часто этот интервал сужают до VI-IV века до н.э.), представляющая собой до сих пор непревзойденные по функциональности, точности, полноте и компактности определения фонетики, морфологии и грамматики санскрита. Традиции Панини продолжили Катьяяна и Патанджали, жившие в конце 1-го тыс. до н.э. Позже произведения этих авторов, особенно Панини, продолжали изучаться, однако ничего равного им создано не было. Индийская национальная лингвистическая культура жила вплоть до наших дней. От индийской традиции отделились тибетская и монгольская, приобретшие ряд своеобразных черт, которые имеют сходства с арабской [3].

Китайская традиция – вторая по древности. Это редкая национальная традиция, оказавшая воздействие на развитие соседних наречий. Основным предметом внимания является иероглиф, его форма и история возникновения. Огромное внимание уделялось вопросу нормативного написания и инвентаризации большого количества иероглифов [2].

Некоторые понятия о роли и содержании языка, особенностях определённых языков характерны всем цивилизациям, однако далеко не везде национальные лингвистические традиции успели самостоятельно сложиться (или же сведения о них до нас не дошли). Например, сложно что-то сказать о развитых национальных лингвистических традициях в Древнем

Египте (до эпохи эллинизма), в индейских цивилизациях доколумбовой Америки и др. Первые известные сведения о возникновении языка появились в вавилонской культуре: от 2-го тыс. до н.э. до нас дошли сформированные по совпадающим корням или аффиксам списки слов, использовавшиеся в учебных целях. Мы имеем первые парадигмы склонения и спряжения. Однако полные грамматики или словари того времени нам не известны.

Все традиции упирались на чёткое представление о норме, прежде всего, ставилась задача образования, а затем сохранения нормы, различались «правильный» и «неправильный» языки. Источники нормы могли быть разнообразными. Во многих традициях находился стандартный перечень текстов. Это мог быть закрытый список сакральных текстов: в арабской национальной лингвистической традиции – Коран, в Европе, начиная с поздней античности, – Библия. В иных традициях это было большинство светских, как правило, древних текстов; так обстояло дело в Китае, и в Японии [1].

Зарождение славянской и русской лингвистической традиции. С IX века н.э. начинается зарождение славянской письменности (традиционная дата – 863 г.), созданной Кириллом (Константином) и Мефодием на языке, получившем название старославянского. Имея южнославянские корни, этот язык не совпадал с живым разговорным языком какого-либо из славянских племён, а имел форму письменного, литературного языка, созданного для потребностей христианской церкви, использовавшийся в основном среди православных славянских народов. Спустя некоторое время, сохраняя свою структуру, он стал, с одной стороны, перерождаться на разных территориях, приобретая определённые свойства, вследствие чего появляются языки (болгарский, сербский, древнерусский и др.), получившие название изводов. С другой стороны, процесс видоизменения славянских языков приводил к тому, что они всё более и более отличались от церковнославянского. Данные обстоятельства во многом воздействовали на развитие языковедческой

традиции в странах православного славянского мира, которая проявляется как традиция изображения и изучения церковнославянского языка.

Первым исследованием такого рода считается трактат болгарского книжника X в. черноризца (монаха) Храбра «О письменах», где, описывая историю возникновения славянской азбуки, автор стремится донести некоторые данные о звуковом составе славянской речи, отмечая, что в ней было 14 звуков, отсутствовавших в греческом. Огромную роль в становлении славянской лингвистической традиции сыграли такие имена, как Максим Грек, Лаврентий Зизаний, Мелетий Смотрицкий, Епифаний Славинецкий, Юрий Крижанич.

Заключая своё выступление, хотим заметить, что традиции (кроме античной в начальный период) создавались на основе конкретных практических требований, главным из которых была потребность обучения данному основополагающему для конкретной традиции языку. Это были санскрит в Индии, греческий и латинский в античном мире, классический китайский (вэньянь) в Китае, классический арабский в мусульманском мире, старописьменный японский (бунго) в Японии. Описание языка для обучения было востребованным в двух случаях: когда язык должны были изучать носители других языков (греческий в Александрии, латинский в завоёванных Римом провинциях, арабский в Халифате), либо когда язык культуры начинал с ходом времени заметно отличаться от разговорного (санскрит в Индии времён Панини, вэньянь в Китае двух последних тысячелетий, бунго в Японии к XVII в.).

Литература

1. <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=609332>
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%8F

3. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/NATSIONALNIE_LINGVISTICESKIE_TRADITSII.html

4. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/NATSIONALNIE_LINGVISTICESKIE_TRADITSII.html

5. <http://7zs.ru/lingvistika/lingvisticheskaya-norma/>

6. Головин Б. Н. Основы культуры речи: учебник для вузов. – М.: Высшая школа, 2008. – 335 с.

КУЛЬТУРА РЕЧИ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СОЦИАЛЬНОГО РАБОТНИКА

*Туз А.,
студ. группы СР-15;
научный руководитель: Богданов А. В.,
к.н. по гос.упр., доц. ГОУ ВПО «Донецкий
государственный университет управления»*

Социальная работа является специфическим видом деятельности, в котором общение – один из важнейших элементов. С каждым днем растёт число категорий населения, с которыми контактирует социальный работник. Следовательно, в настоящее время вопросы общения становятся особенно актуальными и социально значимыми.

Социальный работник как субъект социальной работы должен владеть различными видами общения, поскольку сфера его деятельности начинается от работы с клиентом и находит своё продолжение в управленческой деятельности государственных ведомств. Умение общаться становится показателем профессионализма социального работника, его компетентности, от него во многом зависит результат труда. Для специалиста по социальной работе умение правильно общаться, выстраивать субъектно-объектные отношения является важным фактором, способствующим достижению позитивных результатов. Любая технология социальной работы строится на

общении. Для успеха в профессиональной деятельности современному специалисту важно в совершенстве владеть навыками культуры речи, обладать лингвистической, коммуникативной и поведенческой компетенцией в профессиональном общении. Существуют различные средства коммуникативного процесса: жесты, мимика, интонация, но самое важное из них – речь. Американский политический деятель Дэниел Уэбстер утверждал: «Заберите у меня всё, чем я обладаю. Но оставьте мне мою речь. И скоро я обрету всё, что имел» [1].

Профессиональный специалист по социальной работе должен обладать следующими качествами и способностями:

- знанием норм литературного языка и устойчивыми навыками их применения в речи;
- умением следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;
- умением пользоваться профессиональной терминологией, знанием соответствий между терминами и понятиями;
- умением пользоваться стилем профессиональной речи;
- умением определять цель и понимать ситуацию общения;
- умением учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника;
- навыками прогнозирования развития диалога, реакций собеседника;
- умением создавать и поддерживать благожелательную атмосферу общения;
- высокой степенью контроля эмоционального состояния и выражения эмоций;
- умением направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности.

Культура человека наиболее ярко и непосредственно проявляется в его речи. Первое представление о человеке, как правило, формируется на основании впечатления, которое возникает от речевой манеры собеседника.

Поэтому для работника социальных служб, одной из основных обязанностей которого является общение и взаимодействие с людьми, культура речи приобретает громадное значение.

Высокий уровень *культуры речи* – это умение правильно, точно и выразительно передать свои мысли средствами языка. Она заключается также в умении найти наиболее доходчивое и наиболее уместное, подходящее для каждого конкретного случая средство для выражения своей мысли. Культура речи обязывает социального работника придерживаться некоторых обязательных норм и правил, среди которых важнейшими являются:

- а) содержательность – продуманность выражений;
- б) логичность – обоснованность и последовательность изложения, в котором все ведущие положения взаимосвязаны и подчинены единой мысли;
- в) доказательность – достоверность, понятность и обоснованность доводов;
- г) убедительность – способность убедить собеседника и добиться того, чтобы это убеждение прочно укоренилось в его сознании;
- д) ясность – каждое выражение должно быть чётким и ясным;
- е) понятность – пользование словами и терминами, понятными собеседнику; не следует злоупотреблять иностранными и редко употребляемыми словами и выражениями; недопустимо употребление вульгарных слов и жаргонных выражений.

Профессиональная коммуникативная компетентность социального работника подразумевает не только высокий уровень речевой культуры, но и грамотное использование формул речевого этикета.

Речевой этикет – это система правил речевого поведения и устойчивых формул вежливого обращения. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение к социальному работнику.

Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет социальному работнику чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости и затруднений в общении с клиентами или коллегами в повседневной деятельности, избегать многих недоразумений и конфликтов. Можно сказать, что степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности специалиста.

Выбор этикетных формул определяется следующими экстралингвистическими факторами:

1) социально-психологические характеристики (возраст участников общения, их социальный статус, пол, профессия, уровень образования, служебное и общественное положение и т.д.);

2) ситуация общения (место, время, степень знакомства и психологическая дистанция участников общения и т.д.);

3) национальные традиции, так как речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. В российском обществе особую ценность представляют такие качества, как тактичность, предупредительность, терпимость, выдержанность, доброжелательность.

Культура речи относится к индивидуальным характеристикам личности. Она предполагает высокий уровень владения родным языком, умение использовать разные стили речи в зависимости от ситуации, развитый эстетический вкус. Этический аспект культуры речи предусматривает знание правил языкового поведения и умение применять эти правила в различных ситуациях общения. При этом необходимо помнить, что в процессе общения недопустимы сквернословие, использование обидных и оскорбительных выражений, излишняя эмоциональность и несдержанность.

Профессионализм социального работника заключается в умении находить общий язык с любым собеседником. Это важный и сложный аспект деятельности, которым необходимо овладевать, совершенствуя свою

речевую культуру и навыки вежливого общения. Слушая, надо уважительно и терпеливо относиться к говорящему, стараться выслушать всё внимательно и до конца. В случае сильной занятости допустимо попросить подождать или перенести разговор на другое время. Недопустимо перебивать собеседника, вставлять различные замечания, тем более такие, которые резко характеризуют предложения и просьбы собеседника.

Типичными ситуациями общения в профессиональной деятельности социального работника, требующими соблюдения правил речевого этикета, являются знакомство, повторная встреча с клиентом, повседневное общение с ним, консультирование, общение с социальным окружением клиента. Однако эти ситуации также требуют от социального работника соблюдения соответствующих этических норм поведения. Таким образом, речевой и поведенческий этикет тесно взаимосвязаны и являются важными компонентами профессиональной этики социального работника.

Взаимосвязь речевого и поведенческого этикета отчётливо проявляется и в других видах общения и деятельности социального работника, к которым можно отнести отношения с коллегами, вышестоящими руководителями, спонсорами, проведение деловых бесед, переговоров и совещаний, деловую переписку и общение по телефону. Таким образом, можно утверждать, что от высокого уровня культуры речи и соблюдения правил речевого этикета зависит продуктивность общения каждого социального работника. Следование правилам этикета избавляет социального работника от попадания в неловкие ситуации при деловом общении и повседневных контактах с людьми, а постоянное повышение уровня индивидуальной культуры речи способствует профессиональному становлению.

Литература

1. Афоризмы об ораторском искусстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.orator.ru/aforizms.html>

КУЛЬТУРА ОБЩЕНИЯ В НАЧАЛЕ ОСВОЕНИЯ ДЕЛОВЫХ НАВЫКОВ

Чорная Ю.,
студ. группы МВД-15-2;
научный руководитель: Садовская Н. Н.,
ст. преп. кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»

Попадая в любое цивилизованное общество, мы понимаем, что существуют определённые правила и законы поведения в нём. Особенно это касается делового, профессионального общения. Его требования к лицам, ведущим диалог, гораздо сложнее и требовательнее.

Культура речи

Культуру речи можно считать самым главным показателем культуры вообще. Поэтому совершенству речи и манер нет пределов. Мало научиться избегать речевых ошибок, надо постоянно расширять словарный запас, уметь слышать оппонента, понимать его, уважать его мнение, освоить навык правильно подбирать слова к каждой ситуации.

Культура общения

По тому, какая у человека речь, можно судить о характере личности. Общая манера общения создаёт определённое впечатление о нас. Хорошо, если она притягательна. Но речью можно и оттолкнуть собеседника. Поэтому понятие культуры общения более многогранно, чем просто красивая речь. Сюда входит ещё умение слушать собеседника и соблюдение правил этикета.

Умение слушать

Зачастую, будучи увлечёнными беседой, мы забываем о хороших манерах. Спешим навязать своё понимание вопроса, не вникаем в доводы нашего визави, не слышим собеседника и не следим за своими словами. Правилами этикета категорически запрещено давить на собеседника. А навязывать своё мнение не только некрасиво, но и не имеет никакого

положительного эффекта. В этой ситуации, скорее всего, ваш партнёр начнёт защищаться, и разговора не получится.

А если собеседника не слушать и всё время перебивать, то это говорит о неуважении к его личности, об отсутствии элементарной культуры. Хороший собеседник проявляет искреннее внимание к говорящему, уважает чужое мнение, слушает внимательно. Такое умение можно наработать и стать весьма приятной высококультурной личностью, которую хорошо принимают в любом обществе.

Может случиться и обратное – когда вас не слушают и перебивают, навязывают своё мнение. Тогда можно начать разговор с распространённого клише «Вам не кажется, что...». Если же завязался спор и вы оказались не правы, то как культурный человек признайте свою ошибку, не доводя спор до конфликта.

Речевая культура

Многие думают, что речь – это просто мысли, высказанные словами. На самом деле речь и связанный с ней этикет – сложный инструмент, помогающий наладить общение, установить контакт (особенно в деловых кругах), повысить продуктивность беседы, привлечь на свою сторону массовую аудиторию во время публичного выступления.

Культура речи непосредственно связана с поведением говорящего. Выбор слов и манеры говорить настраивают собеседника на необходимый лад и строят наше поведение. Бывает, что нужно следить за каждым сказанным словом и взвешивать их перед тем, как произнести. В деловых кругах по речи собеседника будут судить не только о нём самом, но и о компании, которую он представляет. Поэтому речевой этикет в таких ситуациях либо поможет сделать карьеру, либо разрушит её.

Существуют определённые правила публичного выступления, которые необходимо неукоснительно соблюдать. Так, необходимо:

- подготовить заранее план своего выступления и набросать тезисы;
- избегать поучительного тона;

- говорить эмоционально, при этом речь должна быть простой, грамотной, с правильной интонацией;

- пользоваться данными сравнительной статистики – так речь будет более убедительной;

- не пользоваться избитыми штампами – это усыпляет аудиторию;

- завершать выступление повторным акцентированием внимания на проблеме, которую озвучивали вначале, – это сделает выступление достаточно эффективным.

Советы по культуре речи:

- быть кратким по возможности, чтобы не запутать собеседника лишними словами; говорить точно, понятно и кратко;

- ещё до начала разговора необходимо определить, какова цель выступления в разговор, в беседу;

- использовать в своей речи разнообразные стилистические средства и приёмы, рассказывая одну и ту же историю разным людям с учётом индивидуального подхода к ним. Вот где нужен расширенный словарный запас, который будет способствовать пониманию и налаживанию контактов, нахождению общего языка с разными людьми;

- грубость собеседника, если таковая будет, лучше проигнорировать, чем отвечать на неё: человек культурный не может унизиться до того, чтобы ответить в такой же грубой манере, что и собеседник, не опустится до его уровня. Когда же намеренно не отвечают на вопрос – это тоже можно считать нарушением речевого этикета;

- самообладание и самоконтроль очень важны и в приватном разговоре, и при публичном выступлении, при этом очень важно, чтобы эмоции не вышли из-под контроля, не доминировали над разумом; не нанесли ущерб процессу коммуникации;

- культура речи не имеет ничего общего с нецензурными выражениями;

- если трудно найти общий язык с собеседником, нужно не перенимать его манеру общения, а сохранять свои положительные речевые привычки. Люди, которые подражают речи оппонента, теряют свою индивидуальность.

Но это правила обычной, повседневной культуры общения. Для нас, будущих менеджеров, гораздо важнее культура делового общения.

Сегодня, когда в современном обществе происходят изменения во всех сферах жизни и деятельности человека, необходимость повышения культуры специалистов обусловлена возрастающими требованиями к уровню культуры делового общения. Большое значение для успешной деятельности имеет готовность и умение выстраивать отношения, вести активные диалоги с коллегами, решать многочисленные организационные ситуации и задачи. А для этого важна культура делового общения специалиста, его владение приёмами и техниками делового общения.

На современном этапе развития науки и практики управления проблема формирования культуры делового общения связана ещё и с усложнением профессиональных задач, потребностью личностной включённости специалиста в процесс освоения культуры делового общения, которая, в первую очередь, начинается с внешнего вида. Соответствие деловой одежды и аксессуаров ситуации – это своего рода визитная карточка делового человека. Впечатление от его внешнего вида формируется на основании многих деталей: костюма, аксессуаров, манеры поведения, грамотности речи, умения поддерживать разговор. Любая неподходящая деталь с головой выдаёт неподготовленного человека и характеризует его как непрофессионала.

Коммуникативная культура делового общения – это своего рода этикет, принятый в деловом мире. Это не только особая форма поведения, соответствующая ситуации, но и система, включающая речевую, логическую, невербальную, психологическую составляющие. Деловая культура также подразумевает психологию общения, ведь деловая беседа и коммерческие переговоры ведутся согласно разным сценариям, равно как и

служебный телефонный разговор, деловые совещания, общение с сослуживцами, подчинёнными или руководителями.

Корпоративная культура делового общения. Существует несколько видов корпоративной культуры делового общения: *менторский* – способ коммуникации в назидательном ключе, как правило, поучительный монолог; *мотивационный* – общение, преследующее цель «поднять боевой дух» собеседника, вселить в человека веру в свои силы, качества и возможности; *конфронтационный* – способ коммуникации, провоцирующий у людей желание возражать, не соглашаться; *информационный* – простое донесение слушателям определённой информации, сведений.

Этика и культура делового общения диктуют чёткие условия. Например, следует избегать брутальной формы менторского общения; в беседе ли, на совещании или на переговорах необходимо исключить поучающее общение из форм коммуникации с собеседником. Следует избавиться от любой формы демонстрации своего превосходства над людьми, будь то интеллектуальное, социальное или возрастное превосходство. Также нельзя игнорировать их реакцию на излагаемый материал, иначе оппонент будет думать не о том, что вы хотите ему донести, а о том, насколько он ничтожен перед масштабом вашей личности. В итоге результат от такого общения останется нулевым.

Мотивационное общение – хороший показатель высокой культуры личности. Психологические исследования говорят о том, что гораздо эффективнее использовать мотивационный вид культуры делового общения вместо поучающей формы. Коммуникация, в процессе которой люди получают уверенность в своих силах, – это положительный заряд, который даёт лучшие результаты.

К информационному виду делового общения человек относится достаточно сдержанно. От такого общения собеседник ожидает просто обмена информацией, мыслями, идеями. В большинстве случаев деловое общение при помощи средств связи относится именно к информационному.

Принятая культура делового общения по телефону подразумевает психологически спокойный разговор с акцентом на ключевых моментах. Следует помнить, что передача информации по телефону на девяносто процентов менее эффективна, чем разговор «вживую».

Конфронтационное общение в ряде случаев просто необходимо. Встречаются достаточно инертные, пассивные аудитории или же не в меру искушённые слушатели, которых ничем не удивить. Тогда конфронтационный способ коммуникации используется для активизации их внимания. Однако даже при таком провокационном методе этикет и культура делового общения должны соблюдаться неукоснительно.

Нужно помнить о следующем: втягивая собеседника в обсуждение проблемы, подталкивая его к дискуссии, нельзя переходить неких «границ» так же, как нельзя позволить себе личных оскорблений в адрес собеседника по поводу его внешнего вида, способностей, умственных или физических, его вероисповедания, его пола или возраста, состояния здоровья, его финансового положения.

То же самое касается близких, друзей и родственников собеседника. Иначе вместо конфронтационного общения можно спровоцировать элементарную ссору и навсегда потерять как результаты общения, так и самого собеседника или аудиторию. Таким образом, мы понимаем, что культура общения, а в особенности делового, невероятно важна в начале освоения деловых навыков.

Литература

1. Купчик Е. В. Основы делового общения и гостеприимства: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2013. – 178 с.
2. Лавриненко В. Н. Психология и этика делового общения: учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 320 с.
3. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие. – Спб.: Питер, 2011. – 158 с.

НЕОРИТОРИКА И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ

*Чуприй В.,
студ. группы ИПМ-13;
научный руководитель: Ущановская Е. Н.,
д.иск., доцент кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»*

В современных философских и филологических теориях прочно закрепился термин «неориторика». Основу для зарождения неориторики заложил ещё М. Бахтин, выдвинув собственную теорию диалога. Именно в ней русский философ, культуролог, теоретик европейской культуры и искусства в наиболее содержательной форме объяснил понятие риторики литературного произведения. Однако первым реальным основателем самого движения стал профессор Брюссельского университета Х. Перельман. Именно он активно начал употреблять термин, понимая под неориторикой теорию аргументации или логику неформального суждения, в основе которой лежит теория убеждения.

Следует отметить, что неориторика как дисциплина ориентируется, прежде всего, на практическую деятельность, что особенно актуально для современных исследований, направленных на изучение прагматической стороны языка. Таким образом, неориторика оказывается тесно связанной непосредственно с культурой речи и с другими гуманитарными дисциплинами, заинтересованными в разработке проблемы общественной роли языка. В данном выступлении автор ставит цель раскрыть особенности неориторики в её сравнении с риторикой классической и в связи с культурой речи современного информационного общества.

Как утверждает А. Волков, «...неориторика предстаёт как исследование семантики прозаических текстов в их социальном и идеологическом окружении» [5, с. 47]. Поэтому часто этот раздел риторики

называют «литературной» – в связи с применением при исследовании принципов целесообразности, осмысленности, ценности какого-либо литературного творчества.

Риторические исследования актуализируются в информационном обществе, в котором средства массовой информации делают особенно важным именно произнесённое слово. В. Аннушкин подчёркивает широту и многоплановость дисциплины в её современном состоянии: «Современная риторика – учение о речевых коммуникациях развитого информационного общества. Современная риторика обращена ко всем родам, видам и жанрам речи и, прежде всего, к массовой информации» [3, с. 8].

В европейской науке историко-филологические исследования риторики, приведшие к созданию собственных школ неориторики, сложились в Германии, Италии, Франции, Австрии и других странах. Фундаментальностью, разработанностью и многоплановостью отличаются риторические исследования в Германии. Такая продуктивность развития неориторики в Германии стала следствием высокого общего уровня немецкой филологической традиции. Фундаментальный труд «Руководство по литературной риторике» (1960) Г. Лаусберга стало одним из лучших в этом направлении в Европе и США.

Исследование Г. Лаусберга «Руководство по литературной риторике» представляет большой интерес для интерпретации сущности предмета риторики. Научный труд немецкого автора дал мощный толчок разработке теории предмета. «Руководство по литературной риторике» вместило в себя огромное количество фактического материала, позволившего включиться в изучение различных аспектов риторической науки широкому кругу исследователей. Именно поэтому после его выхода в свет появляется большое количество публикаций по риторике [1, с. 70].

Большую роль в развитии неориторики сыграли также труды итальянских, французских и русских исследователей. Интересно отметить, что новая риторика стала одновременно как инновационным направлением,

так и таким, которое частично поддерживало некоторые консерваторские взгляды, несмотря на внешние попытки отстраниться от них. В итоге приверженцам данного типа ораторского искусства пришлось признать, что они основывались на античной риторике.

Появление неориторики позволило рассмотреть в самом термине «риторика» два смысла: узкий и широкий. В узком смысле риторика выступает обозначением комплексной дисциплины, изучающей ораторское искусство, а в широком – саму речевую коммуникацию, рассматриваемую в фокусе осуществления заранее выбираемого воздействия на получателя сообщения. В этом случае риторика воспринимается как наука об убеждающей коммуникации. Существует и третья точка зрения, представленная культурологом, писателем и специалистом в области семантики Умберто Эко, который утверждал, что риторика – это наука о порождении высказываний.

Новизна неориторики заключается в некоем синтезе учений, основу которых составляют теории коммуникации, психолингвистики, теории текста и других гуманитарных наук. Это позволило оценивать достоверность и правдивость не только всего исходящего непосредственно из уст человека, но и написанного им.

Важную роль в неориторике играет новая отрасль языкознания – лингвистика текста, изучающая его синтаксис (построение текста, его компонентов, логические, лексические, грамматические связи внутри этих компонентов). Лингвистика текста используется для анализа и оценки готового текста, для составления и совершенствования (редактирования) нового текста на разных этапах его подготовки. Именно поэтому в некоторых трактовках термин «неориторика» является синонимом термина «прагматика», которым именуется современная отрасль лингвистики, исследующая речевое общение.

В этом контексте внимание исследователей привлекает символическая организация коммуникативного пространства. В борьбе за попадание в фокус

общественного внимания в повседневной практике масс-медиа используются специальные технологии привлечения внимания, в которых при освещении события важную роль играет не только сам текст, но и создание благоприятного коммуникативного контекста. Также в русле неориторики развиваются и прикладная теория переговоров, и анализ дебатирования и речевой педагогики.

Кроме стремления к синтезу, использованию лингвистики текста, инновацией неориторики является введение понятия «ценность» в искусстве речи. Эта категория стала универсальной философической единицей, которая классифицирует явления деятельности или абстрактные понятия о человеческом сознании. Понятие «ценность» в искусстве речи стремится преобразовать вместе психологию и риторику, чтобы дать ей как психоаналитическое исследование, так и смысловое понимание речи и литературы.

В аргументацию неориторика также привнесла изменения. Аргумент создаётся благодаря основному семантическому свойству слов – иметь помимо значения (то есть прямого словарного толкования) определённый смысл или набор смыслов, существующих в сознании говорящего как некие коннотации. Таким образом, в сознании слушателя в процессе восприятия аргументации может произойти изменение структуры исходных понятий. Конечная цель аргументации – присоединение аудитории к мнению оратора, то есть к его видению данной проблемы, согласия с ним. Другими словами, оратор более не преследует своей целью привести больше убедительных аргументов с логической и смысловой точки зрения, а стремится убедить их в правоте суждения и философии при помощи смысловой или же словесной перегрузки.

Семантика задействованных языковых единиц – это только один из уровней исследования риторического аргумента. Дело в том, что языковые единицы не существуют в рамках риторического аргумента сами по себе, а входят в состав синтаксических конструкций. «Посылки умозаключения

связаны между собой посредством среднего члена и с положением (выводом) посредством крайних членов; положение среднего и крайних членов умозаключения определяется законами логики» [6, с. 229].

«Средний» и «крайние члены» – термины классической логики. Можно сказать, что логика организует риторический аргумент на двух уровнях: семантическом и синтаксическом. На семантическом уровне языковые единицы с их семантикой создают синтаксическую конструкцию, а на синтаксическом – уже синтаксические конструкции создают развёрнутое высказывание, то есть аргумент. Таким образом, именно логика создаёт внутреннюю структуру риторического аргумента, сводя или разъединяя семантические понятия, которые должны повлиять на модель мира слушающего.

Семантика понятий представляет как бы второй слой аргумента. Третий слой – те или иные этические или аксиологические категории, которые относятся уже к области философии. Автор для большего воздействия использует сильные, зачастую пафосные слова, эпитеты, литературные фразы и цитаты.

Принимая во внимание все вышеизложенные особенности, можно прийти к выводу о том, что неориторика агрессивнее воздействует на слушателя, нежели риторика классическая. Неориторика на подсознательном уровне старается «обмануть» слушателя и заполучить его доверие.

Также можно констатировать, что в неориторике соединяются два типа риторики, присущие современному состоянию культуры речи: 1) риторика межличностного общения, опирающаяся на идеи сотрудничества и принципы вежливости; 2) риторика текста, оперирующая такими принципами, как уместность, ясность, точность и выразительность речи.

Неориторика придерживается, в целом, логических закономерностей классической риторики, основываясь на её базовых принципах и понятиях. Отсюда вытекает логический вывод о том, что неориторика представляет собой тип ораторского искусства, который был основан на принципах,

понятиях, логике классической риторики, но с небольшим различием в методах аргументации, большей агрессивностью воздействия и синтезом гуманитарных наук.

Литература

1. Александрова Л. А. Риторика и герменевтика (Развитие и современное состояние теоретических исследований в ФРГ) / Л. А. Александрова // Неориторика: генезис, проблемы, перспективы. – М.: ИНИОН АН СССР, 1987. – С. 70-91.
2. Аннушкин В. И. История русской риторики: хрестоматия: учеб. пособие для студ. гуманитарных факультетов вузов / В. И. Аннушкин. – М.: Изд. центр «Академия», 1998. – 413 с.
3. Аннушкин В. И. Риторика и культура речи современного общества / В. И. Аннушкин // Тезисы IV Междунар. конф. по риторике «Риторическая культура в современном обществе». – М.: Гос. ин-т рус. языка им. А. С. Пушкина, 2000. – С. 8-9.
4. Болотнова Н. С. О связи риторики и коммуникативной стилистики текста в речеведении / Н. С. Болотнова // Риторическая культура в современном обществе. – М.: Гос. ин-т рус. языка им. А. С. Пушкина, 2000. – С. 9-11.
5. Волков А. А. Неориторика Брюссельской школы / А. А. Волков // Неориторика: генезис, проблемы, перспективы. – М.: ИНИОН АН СССР, 1987. – С. 46-69.
6. Волков А. А. Основы риторики: учеб. пособие для вузов / А. А. Волков. – М.: Академический проект, 2003. – 304 с.
7. Зарецкая Е. Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. – М.: Дело, 2002. – 480 с.

ОБ ИТОГАХ ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖВУЗОВСКОГО КРУГЛОГО СТОЛА «КУЛЬТУРА РЕЧИ – ЗАЛОГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ

*Ущановская Е.Н.,
д.иск., доц. кафедры краеведения
ГОУ ВПО «Донецкий государственный
университет управления»*

Для современного специалиста в области управления и коммуникации умение владеть речью, внимательно слушать, вести продуктивный диалог служит одной из главных составляющих профессионального успеха. В связи с этим, кафедрой краеведения ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» 24 мая 2016 года был проведен межвузовский круглый стол «Культура речи – залог профессионального становления». Целью этого совместного для преподавателей и студентов мероприятия стало формирование ответственного отношения молодежи к речевому общению как показателю общей культуры личности.

С приветственным словом к участникам и гостям заседания круглого стола «Культура речи – залог профессионального становления» обратился проректор по научной работе ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления», доктор экономических наук, профессор Дорофиев Вячеслав Владимирович. В своем обращении он акцентировал внимание на важности проблемы развития культуры речи современных специалистов, особенно тех отраслей, работа в которых непосредственно связана с речевым общением. Одним из почетных гостей была ректор ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса», кандидат наук по государственному управлению Древицкая Ирина Юрьевна.

В заседании круглого стола приняли участие преподаватели и студенты ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления», ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса».

В ходе докладов и выступлений проблемы культуры речи рассматривались в самых различных аспектах. Так, кандидат филологических наук, доцент кафедры прикладной лингвистики и этнологии ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» Н. А. Ковалёва в своем докладе представила проблему развития научной и официально-деловой речи как разновидности современного литературного языка.

Проблемам речевой культуры менеджеров были посвящены выступления некоторых студентов. Например, студентка ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» В. Андреева темой своего выступления выбрала культуру речи менеджера как залог профессионального роста, а студентка Донецкого института туристического бизнеса Е. Щербак сосредоточилась на особенностях устной речи менеджера в туристическом бизнесе.

Оживленную дискуссию вызвали выступления студентов А. Носкова и А. Кудри. Студент ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» А. Носков вкратце представил историю развития конфессионального стиля речи, а студент ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» А. Кудря раскрыл особенности речевого этикета в арабских странах.

Исследуя проблемы культуры речи, невозможно не обратиться к проблеме невербальной коммуникации, которая непосредственно связана с речевым уровнем развития личности. Попытка проанализировать такую взаимосвязь была представлена в выступлении студента ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» Р. Тазетдинова «Использование жестов в межкультурных коммуникативных целях».

Интересный взгляд на проблему сниженной лексики представила студентка ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» В. Потапова. Студентка этого же ВУЗа А. Вербий проанализировала значение и функции междометий.

В контексте развития современных технологий интерес вызвало выступление студента ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» И. Теодорского на тему «Возможности применения нейролингвистического программирования для эффективного построения взаимоотношений между субъектами».

Практически все выступления нашли живой отклик у аудитории, а некоторые привели к дискуссиям. Такой интерес свидетельствует о том, что тема развития культуры речи студентов и молодых специалистов, находящихся на стадии своего профессионального становления, является актуальной и требует своего дальнейшего развития. Перспективы его разработки отметила в своем заключительном слове заведующая кафедрой краеведения ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» Оксана Олеговна Усова.

Научное издание

Материалы межвузовского круглого стола
«Культура речи – залог профессионального становления»

Сборник тезисов докладов

Материалы опубликованы в авторской редакции

Подписано к печати 23.06.2016 г.

Уч.-изд. л. 3,98.

Формат 60x84¹/₁₆.

Усл. печ. л. 5,57.

Бумага офсетная.

Тираж 100.

ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления»
ДНР, 283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а.

Печать с оригинала-макета МЧП «ВЕК»
Свидетельство о регистрации ДК № 382 от 26.03.2001 г.
ДНР, 283059, г. Донецк, ул. Разенкова, 12/7, тел. (062) 381-70-87.