

1 Лекция

Культура речи — Умение четко и ясно выразить свои мысли.

Под культурой речи понимается:

- Владение нормами русского языка (письменно и устно)
- Умение выбрать и организовать языковые средства, которые способствуют достижению поставленных задач коммуникации
- Соблюдение этики общения

Культура речи содержит 3 составляющих **компонента**: нормативный, коммуникативный и этический.

Точность речи — строгое соответствие слов, обозначаемым предметам, явлениям действительности. Источником ошибок может стать паронимия

Логичность - это последовательность, непротиворечивость высказывания в соответствии с законами логики.

Уместность — это употребление в речи языковых единиц, соответствующих целям, ситуации, условиям, содержанию общения.

Понятность речи - это доходчивость, доступность речи для тех, кому она адресована.

Чистота означает отсутствие в речи чуждых литературному языку элементов (диалектных, профессиональных, жаргонных и др.).

Выразительностью речи называется качество, возникающее в результате реализации заложенных в языке выразительных возможностей.

Богатство — это широкое и свободное использование языковых единиц в речи, позволяющие оптимально выразить информацию.

Этический аспект культуры речи предписывает знание и применение правил языкового поведения в конкретных ситуациях.

2 часть

Просторечие — одна из форм национального русского языка, которая не имеет собственных признаков системной организации и характеризуется набором языковых форм, нарушающих нормы литературного языка.

Жаргон — речь социальных и профессиональных групп людей, объединенных общностью занятий, интересов, социального положения и т. п.

Диалект — это устойчивая форма языка, характерная для жителей той или иной местности, это наиболее древняя форма языка. Территориальные диалекты существуют только в устной форме, служат для обиходно — бытового общения.

литературный - язык нормированный, обслуживающий культурные потребности народа

свойства литературного языка:

- **Обработанность;**
- **Наличие устной и письменной формы**, а также двух разновидностей – книжной и разговорной;
 - **Форма реализации;**
 - **Отношение к адресату** (письменная обычно обращена к отсутствующему человеку);
 - **Порождение формы** (письменную можно улучшать, устную — нет);
 - **Характер восприятия устной и письменной речи** (письменная — зрительно, устная — на слух)
- **Наличие функциональных стилей.** Термин функциональный стиль подчеркивает, что разновидности литературного языка выделяют на основе той функции (роли), которую выполняет язык в каждом конкретном случае.
- **Вариантность языковых единиц.** (Богатство, разнообразие);
- **Нормативность.** Нормы существуют как для письменной, так и для устной речи. (Устная - ударение, произношение. Письменная — грамматика, пунктуация и т.д.)

4 часть — Языковые Нормы

Языковые нормы – явление историческое.

Языковая норма (норма литературная) – это правила использования речевых средств в определенный период развития литературного языка

Лексикография – это раздел языкознания, лингвистики, занимающийся вопросами составления словарей и их изучения.

5. Функциональные стили

Функциональный стиль – разновидность литературного языка, в которой язык выступает в той или иной социально значимой сфере общественно-речевой практики людей и особенности которой обусловлены особенностями общения в данной сфере.

Обычно различают следующие функциональные стили:

- научный,
- официально-деловой,
- публицистический,
- разговорно-обиходный,
- литературно-художественный.

Научный стиль – язык науки. Основные черты научного стиля: активное использование специальной и терминологической лексики;

Основные черты:

- активное использование специальной и терминологической лексики;
- преобладание абстрактной лексики над конкретной;
- отсутствие разговорной и просторечивой лексики;
- неупотребительность слов с эмоционально-экспрессивной и оценочной окраской. Отличительной особенностью письменной научной речи является то, что тексты могут содержать не только языковую информацию, но и различные формулы, символы, таблицы, графики и т. п.

Официально-деловой стиль обслуживает сферу деловых отношений между органами государства

Характерные **особенности**:

- сжатость, компактность изложения;
- стандартность расположения материала;
- широкое использование терминов, номенклатурных наименований;
- почти полное отсутствие эмоционально-экспрессивных речевых средств;
- слабая индивидуализация стиля.

Публицистический стиль — исторически сложившаяся функциональная разновидность литературного языка, обслуживающая широкую сферу общественных отношений: политических, экономических, нравственно — этических, культурных, религиозных др.

Исследователи выделяют две основные **функции публицистического стиля** — **информативную** (сообщение, передача новой информации) и **воздействующую** (оказание убеждающего влияния на адресата, агитация, пропаганда). **Цель** публицистического текста — оказать желаемое воздействие на разум и чувства читателя, слушателя, настроить его определенным образом.

Лекция 2

Правила общения - это сложившиеся в обществе рекомендации по общению

Общие законы общения (коммуникативные законы) описывают, что происходит между собеседниками в процессе общения

Итак, вот основные правила:

- Общение на равных, без грубости и подобиострастия.
- Уважение личного мнения собеседника.
- Отсутствие желания выяснять, кто прав, а кто виноват.
- Общение на уровне просьб, а не приказов.
- Поиск компромиссных решений.
- Умение ценить решение другого.
- Умение принимать опыт других

Лекция 3

1 часть. Что такое коммуникативные барьеры и почему они возникают

Причины появления коммуникативных барьеров:

- Особенности интеллекта общающихся
- Степень знания предмета разговора
- личные психологические особенности
- из-за отсутствия у собеседников единого понимания ситуации общения
- социальные, политические, профессиональные, религиозные, образовательные и другие различия.

2 часть. Логический барьер

Вербализация — процесс превращения мысли в слово

Логический барьер возникает чаще у партнеров с неодинаковым видом мышления.

Преодолеть логический барьер в общении поможет понимание того, каков ваш собеседник, каковы его личные особенности.

Психотип — это модель поведенческой структуры личности и ее взаимодействия с окружающей средой.

Логический барьер в деловой коммуникации может возникнуть, когда деловые партнеры различаются по особенностям мыслительной деятельности и не считают нужным учитывать специфику партнера по общению. **Преодолеть логический барьер можно лишь одним путем: учитывать особенности партнера**, пытаясь понять, как он строил свои умозаключения и в чем состоят расхождения.

Основные причины затрудняющие передачу информации:

- неточность высказывания;
- несовершенство перекодирования мыслей в слова;
- неуместное использование профессиональных терминов;
- неверное истолкование намерений собеседника;
- чрезмерное использование иностранных слов;
- неполное информирование партнера;
- быстрый темп изложения информации;
- наличие смысловых разрывов и скачков мысли;
- неполная концентрация внимания.

Часть 3. Стилистический барьер

Стиль - это отношение формы представления информации к ее содержанию, отсюда - преодоление данного барьера связано с соответствием формы содержанию.

Действие этого барьера сводится к тому, что стилевые характеристики "упакованной" в словесную форму информации могут препятствовать ее восприятию.

Существует два основных приема структурирования информации в деловом взаимодействии: **правило рамки и правило цепи**.

Правило **рамки** — начало и конец должны быть четко очерчены.

Правило **цепи** — определяет внутренне структурирование высказывания

Стилистический барьер возникает и тогда, когда **форма коммуникации и ее содержание** не соответствуют друг другу

стилистический барьер возникает и тогда, когда при устном общении информация передается **функционально-книжным** языком.

Часть 4. Семантический барьер

Семантические и лингвистические, то есть **смысловые** барьеры возникают:

- При разных языковых навыках (словарный запас) **несовпадение тезаурусов**
- Социальные, культурные, психологические, национальные, религиозные и другие

Чтобы преодолеть семантический барьер, необходимо понять особенности партнера и говорить с ним как бы "на одном языке", используя понятную для него лексику; слова, имеющие разные значения, необходимо объяснять: в каком смысле то или иное слово вы использовали.

Часть 5. Фонетический барьер

фонетический барьер — препятствие, создаваемое особенностями речи говорящего

Фонетические барьеры **возникают** каждый раз, когда **темп и скорость** речи, **качество** дикции и **произношения** не соответствуют ситуации общения.

Лекция 4

Деловое общение (ДО) – это такое взаимодействие людей, которое подчинено решению определенной задачи

Деловое общение – это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели и конкретных задач.

Часть 2. Особенности делового общения

1. Жесткая регламентация целей и мотивов общения. Формализованное, отстраненное, «Холодное»
2. Иерархичность. Закрепляется отношение подчинения, зависимости, неравенства
3. Необходимость в особых усилиях стимулирования труда
4. Обязательное соблюдение речевого этикета

Этапы ДО:

- Знакомство
- осмысление происходящего, выдержка паузы
- обсуждение интересующей проблемы
- решение проблемы
- завершение контакта

Требования ДО:

- Четко определить тему общения
- делать сообщение понятным
- делать общение кратким и сжатым

Часть 3. Виды делового общения

деловой разговор – кратковременный контакт двух или более собеседников, преимущественно на одну тему.

деловая беседа – это разговор между двумя собеседниками

деловое совещание - необходимо для ускорения принятия решений и повышения их обоснованности

переговоры – обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу.

интервью – разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения.

пресс-конференция – разговор с журналистами

телефонный контакт — дистанционный разговор

Часть 4. Общие положения ведения делового общения

1. Пунктуальность
2. Конфиденциальность
3. Любезность
4. Внимание к окружающим
5. Внешний вид
6. Грамотность

Десять заповедей грамотной речи:

1. Знать предмет разговора
2. Относиться к собеседнику уважительно
3. Уметь делать акценты: паузы, ударения и языковые жесты
4. Пользуйтесь живой речью: метафорами, образами, сравнениями.
5. Избегайте языковых шаблонов и затасканных выражений, а также слов-паразитов.
6. Используйте личное обаяние.
7. Избегайте акцента и смешения языков.
8. Не злоупотребляйте привилегией оратора: не обманывайте собеседника, не искажайте истину.
9. Используйте технику драматизации речи: ускорение и замедление ее темпа, повышение голоса, изменение его тембра.
10. Помните, что ваша цельность, ум и человечность обладают большой силой воздействия.

начало беседы → **обмен** информацией → **аргументация** и контраргументация → **выработка** и **принятие** решений → **завершение** переговоров.

Правила налаживания общения в ДО:

1. Рациональность
2. Понимание
3. Общение
4. Достоверность
5. Избегание менторского тона
6. Принятие

Часть 5. Вопросы в деловом общении

Типы вопросов:

1. Информационные (сбор сведений)
2. Контрольные (чтобы понимать, что собеседник тебя понимает)
3. Направляющие (чтобы разговор не ушел в ненужное русло)
4. Провокация (бросать вызов, подстрекать)
5. Альтернативные (дать возможность выбора собеседнику)
6. Подтверждающие (чтобы выйти на взаимопонимание)
7. Встречные (Направлены на постепенное сужение разговора)
8. Ознакомительные (направлены на выявление мнения делового партнера)
9. Заключающие (направлены на скорейшее положительное завершение диалога)

Лекция 5

Спор – столкновение мнений, позиций, в ходе которого каждая из сторон аргументировано отстаивает свое понимание обсуждаемых проблем и стремится опровергнуть доводы другой стороны.

Часть 2 классификация споров

Ad red (к цели) - это спор, в котором у участников есть общая цель, в осуществлении которой каждый заинтересован, но не согласен с тем способом ее достижения, который предлагает оппонент. (В этом виде спора рождается истина)

Ad rem (по факту) - это спор по поводу какого-то события, факта.

Ad hominem (к мнению толпы, к человеку) - это спор с целью убедить в чем-то слушателей и заставить их принять определенную точку зрения.

Часть 4. Тактические приемы спора. Виды аргументов

Спор – это словесный поединок, и как во всякой борьбе, в нем очень ценна инициатива. Рекомендуется **не обороняться, а наступать**. Применять в споре **прием опровержения противника** его же собственным оружием. **Эффект внезапности** (вкусное на последок). **не занимать с самого начала жесткую позицию**. некорректный прием в споре – так называемая **подмена тезиса** (уход от темы спора) и **использование ложных и недоказанных аргументов**.

Дискуссия – одна из важнейших форм коммуникации, метод решения спорных проблем и своеобразный способ познания.

Полемика - спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Дебаты, прения являются коммуникативными средствами проведения таких форм делового общения, как собрания, конференции, заседания. Они возникают, как правило, при обсуждении докладов, сообщений, выступлений и других видов информации.

Аргумент к публике – переманить публику на свою сторону.

Аргумент к личности – оскорбление, с целью выставить оппонента дураком.

Аргумент к человеку — разворот слов оппонента против него

Аргумент к тщеславию — делать комплименты с целью сделать оппонента мягче

Аргумент к несмелости, или к авторитету — оборот слов авторитета оппонента против него.

Аргумент к физической силе — угроза физической расправы

Аргумент к невежеству — ссылка на неосведомленность противника

Аргумент к жалости — возбуждение в другой стороне жалости

Внушение - это такое психологическое воздействие одного человека на другого, при котором оказывается определенное влияние на убеждения, решения последнего.

Факторы, способствующие внушаемости:

- неуверенность в себе
- тревожность беспокойство
- робость, низкая самооценка
- чувство собственной неполноценности

- повышенная эмоциональность, впечатлительность
- слабое владение логическим анализом
- вера в авторитеты
-

Эффективность внушения зависит от:

- личных качеств человека, который осуществляет внушение
- высокого социального статуса
- волевого, интеллектуального и характерологического превосходства
- от способности достигать успеха и оптимизма

Лекция 6

Невербальное общение — вид межличностного взаимодействия, выражающийся в общении посредством неязыковых средств (жесты, мимика)

Около 80% информации мы получаем с помощью **невербальной** коммуникации.

Общение как особого рода деятельность — это творческая игра интеллектуальных и эмоциональных сил собеседников (обмен информацией, мнениями. Деловой встречи и диалога официальных лиц)

Часть 2. Типы невербальной коммуникации

В **невербальной** коммуникации выделяют следующие **типы**:

- **паралингвистика и экстралингвистика**;

К **паралингвистическим** компонентам невербальной коммуникации, определяющим качество голоса, его диапазон, тональность, относят: громкость, темп, ритм и высоту звука

Экстралингвистические компоненты представляют собой атипические индивидуальные особенности произношения — речевые паузы, смех, покашливание, вздохи, плач, заикание и т. п.

- **оптико-кинестетика** — зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняющие выразительно-регулятивную функцию общения (жесты, мимика, взгляд, поза, покраснение и побледнение кожи)
- **Мимика** — движение лицевых мышц, умение передавать эмоции
- **Жест** — это любое движение рук или кистей рук человека, которое он использует в качестве способа подчеркивания значения произносимых слов: (***коммуникативные** — заменяющие речь; ***описательные** — их смысл понятен только при словах; *жесты, выражающие **отношение** к людям, состояние человека)
- **Визуальный контакт** — **визуалика** или контакт глаз.
- **Взгляд** — комплекс, включающий состояние зрачков глаз (суженность или расширенность), цвет глаз, положение бровей, век, лба, длительность и непрерывности взгляда.
 - **Деловой взгляд** — когда мы смотрим на лоб и в глаза собеседника.
 - **Социальный взгляд** — когда мы направляем глаза на зону лица человека в области рта, носа и глаз. Он характерен в ситуациях непринужденного общения с друзьями и знакомыми.
 - **Интимный взгляд** — проходит через линию глаз собеседника и опускается на уровень ниже подбородка, шеи на другие части тела. Может быть расширение зрачков, как предвкушение удовольствия.

- **Пантомимика** (кинесика) – совокупность жестов, мимики и более или менее устойчивого пространственного положения тела человека (позы).

Проксемика (наука о пространстве коммуникации).

- **Интимная зона** (от 0 до 46 см)
- **Личная зона** (от 46 см до 1,2 метра)
- **Социальная, официально-деловая зона** (от 1,2 до 3,5 метров)
- **Общественная, публичная зона** (более 3,5 метра)

предметные контактные, тактильные действия (рукопожатия, объятия, поцелуи, похлопывание, толчки, поглаживания, касания, пощечины, удары).

ольфакторные - связанные с запахом.

Существует ряд неписанных правил поведения человека в условиях скученности людей, например, в автобусе или лифте. Это такие правила:

- Ни с кем не разрешается разговаривать, даже со знакомыми.
- Не рекомендуется смотреть в упор на других.
- Лицо должно быть совершенно беспристрастным — никакого проявления эмоций не разрешается.
- Если у вас в руках книга или газеты, вы должны быть полностью погружены в чтение.
- Чем теснее в транспорте, тем сдержаннее должны быть ваши движения.
- В лифте следует смотреть только на указатель этажей над головой.

Лекция 7

Этикет (регламентация, дипломатический протокол) представляет собой совокупность принятых правил, определяющих порядок какой-либо деятельности. Под **речевым этикетом** понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения. **Речевой этикет имеет национальную специфику.**

Тактичность — это этическая норма, требующая понимать собеседника (избегать: неуместных вопросов, неприятных тем)

Предупредительность — умение предвидеть вопросы и пожелания собеседника

Терпимость — умение спокойно реагировать на неожиданные или нетактичные вопросы и высказывания собеседника.

Доброжелательность необходима как в отношении к собеседнику, так и во всем построении разговора: в его содержании и форме, в интонации и подборе слов.

Речевой этикет строится с учетом:

- Особенности партнеров (соц. Статус, адресата общения, профессии, пола и т д)
- Ситуацией, в которой происходит общение (презентация, конференция и т д)

Лекция 8

Слово «**риторика**» пришло из греческого языка. Его синонимами являются латинское выражение «**ораторское искусство**» и русское слово «**красноречие**».

Риторика – это способность убеждать словом

Современная риторика – это наука об убедительной и действенной речи в различных ситуациях общения.

Ораторское искусство характеризуется тем, что это *явление историческое* и должно учитывать общественные интересы своего времени.

Общие принципы построения композиции выступления:

- **Принцип последовательности**
- **Принцип усиления** – значимость и убедительность аргументов должны постепенно нарастать, самые сильные доводы используются в конце выступления.
- **Принцип органического единства**
- **Принцип экономии** — умение достигать результата простыми путями

Удачный экспромт – это результат постоянной работы, итог долгих размышлений, награда за кропотливый труд.

Важнейшее условие **эффективности ораторской речи** – это контакт со слушателями.