1. **Культура — конфликт определений.**

Деловые и межкультурные коммуникации. **Межкультурные** – это то, что происходит между культурами, но вопрос: что такое культура?

**Культура** – нормативное поведение по мнению бытового сознания.

**Культура** – результат творческой деятельности, это называется «высокая культура». Это художественные произведения: книги, картины, статуи и прочее. Некультурные речи в автобусах и грязь на обуви к культуре не относится. **Культура** – все элементы человеческого мира, не созданные природой. Культурология – интерпретация в области культуры. **Культура** – наука и искусство, низкое и высокое использование языка, ношение одежды. **Культура** – совокупность продуктов творческой деятельности человека. **Культуру** можно воспринимать как живой организм, который развивается, обретает новые грани, а потом угасает.

1. **Культура: передача и накопление информации с помощью знака.**

**Культуру** можно воспринимать как живой организм, который развивается, обретает новые грани, а потом угасает. **Культура** — это совокупность материальных и нематериальных ценностей, норм, обычаев, верований, знаний, навыков, языка и способов поведения, которые передаются из поколения в поколение внутри определенной социальной группы и формируют её самобытность и идентичность. Передача и накопление информации, в том числе с помощью знаков (язык, символы, ритуалы), являются ключевыми механизмами сохранения и развития культуры.

* **Флаг:** Флаг страны (например, российский триколор) является знаком, символизирующим нацию, ее историю и ценности. Он не похож на саму нацию, но связь между флагом и нацией установлена культурно и передается через поколения.
* **Религиозные символы:** Крест, звезда Давида, полумесяц – знаки, несущие глубокий религиозный смысл и передающие информацию о верованиях и обрядах.
* **Письменность:** Алфавит, иероглифы, кириллица – системы знаков, позволяющие записывать и хранить информацию на протяжении длительного времени.
* **Жесты:** Поднятый большой палец (лайк) – знак одобрения, распространенный в современной культуре. Однако, в некоторых культурах этот жест может иметь другое значение.

1. **Коммуникативный акт и его структура.**

**Коммуникативный акт** – это процесс обмена информацией между коммуникантами (участниками общения). Он имеет сложную структуру, включающую следующие элементы:

**Адресант** – говорит. Адресат – получает информацию. При этом сообщение не просто висит где-то, а окружено контекстом.

Важны контакт и код.

**Контакт** – то, посредством какой связующей цепи передаётся информация. Например, у нас это дистанционный обмен аудио-визуальными сигналами. Можно общаться через мигание фонаря, например.

**Код** – это символическая система. Тут мы общаемся кодом русского языка. А могли бы через код Морзе, французский или язык глухих.

**Контакт** – присваивает фотическую (?) функцию, которая помогает начать или поддерживать общение и сигнализировать об этом. Всякие «Алло», «Угу», «Ага». Это всё для того, чтобы собеседник понимал, что человек слышит собеседника.

**Контекст**: Обстановка, в которой происходит коммуникативный акт, влияющая на его понимание.

**Обратная связь:** Ответная реакция реципиента на сообщение, позволяющая коммуникатору оценить эффективность общения.

1. **Языковая картина мира.**

Смысл слова то, где оно используется в языке.

Если мы все дружно станем называть зелёный цвет синим, то следующее поколение детей будет говорить, что листья на деревьях летом синие, ибо так говорить будут все.

Дело в том, что у некоторых языков есть свои удивительные особенности: рода, синтаксис. В итальянском языке среднего рода нету, а в русском есть. А в армянском языке даже самого понятия «рода» особо нету – там всё «он».

То же самое касается некоторых семантических вопросов. В английском не различается голубой и синий.

Если слова нету в языке, нету и этого различения понятия.

Неправильная лингвистическая интерпретация создаёт неверную картину мира. Вербальный уровень – словесный уровень. Семантический уровень – смысл. Тезаурус – совокупность идей, которыми личность ориентирует в мире. Корова связана со словом «молоко», «домашний скот», и прочим. Это всё тезаурусный уровень личности.

1. **Языковая личность ее структура по Ю.Н. Караулову.**

По Ю.Н. Караулову, **языковая личность** – это человек, рассматриваемый в аспекте его речевой деятельности и владения языком. Структура языковой личности включает:

* **Лексический уровень**: словарный запас, особенности употребления слов, предпочтения в лексике.
* **Фразеологический уровень**: знание и употребление фразеологизмов.
* **Синтаксический уровень**: стиль речи, предпочтение определённых синтаксических конструкций.
* **Функционально-стилистический уровень**: способность использовать разные стили речи в зависимости от ситуации.
* **Психолингвистический уровень**: индивидуальные особенности восприятия и переработки информации, которые влияют на речь.

Юлий Николаевич Караулов сказал, что каждый человек вырабатывает свой уникальный стиль общений, вариацию языка. Типа, какие-то слова человек использует чаще, что-то не использует, варьируем положение слов и предложении т.д. Таким образом каждый из нас – сформированная языковая личность, использующая свой вариант языка.

**Пример**: Два человека могут говорить на одном языке, но их языковые личности будут различны. Один может использовать сложный литературный язык, богатый метафорами, другой – простой, разговорный. Один может использовать много профессиональной терминологии, другой – избегать ее.

1. **Гипотеза лингвистической относительности Сепира-Уорфа.**

«абсолютной картины мира нету, есть относительная картина, которая напрямую связана с материнским языком человека, на котором он мыслит.» Уорф пришёл к выводу, что всё это связано с неправильным восприятием ситуации.

**Гипотеза Сепира-Уорфа утверждает**, что язык, на котором говорит человек, оказывает влияние на его мышление и восприятие мира. Сильная версия гипотезы предполагает, что язык полностью определяет мышление. Слабая версия утверждает, что язык лишь частично влияет на мышление, направляя и формируя его.

**Пример**: Различия в обозначении цветов в разных языках могут влиять на то, как носители этих языков воспринимают и классифицируют цвета. Однако это не означает, что они не способны понимать другие цветовые оттенки, просто их когнитивное разделение и обозначение будут иными.

1. **Словарь культурной грамотности Эрика Хирша.**

Эрик Хирш рассмотрел, что уровень развития сильно разнится в зависимости от образования и программы.

У нас в России у всех были очень похожие программы и учебники, а вот в США и Англии у каждой школы едва ли не собственная программа. Даже внутри одного государства был категорически различные уровня образования. Американцы очень конкретны в своих действиях. Есть проблема – находят решение.

Эрик Хирш включил словарь культурной грамотности, куда включил пять тысяч слов и разбил их по разделам. Там были слова, посвящённые античной культуре и Ветхому завету. Были темы естественных наук (атомы, явления) и литературы (авторы и их герои, произведения), географических и исторических приколов. На этот словарь ориентируются школы в США, чтобы их выпускники имел одинаковый базис для общения с другими людьми.

Была предложена классификация знаний языка: A1, A2, B1, B2 и прочее-прочее. Такая же система используется у нас для изучения знания языков, например, у мигрантов.

**8. Высококонтекстуальные-низкоконтекстуальные и монохронные и полихронные культуры**

**Эдварда Холла.**

Эдвард Холл выделил два типа культур по способу передачи информации:

* **Высококонтекстуальные** культуры: Значительная часть информации передается невербально, через контекст ситуации, неявные знаки, общие знания и опыт участников общения. Прямое выражение мысли может считаться грубым. Примеры: Япония, Китай, страны Арабского мира. В некоторых народах большую важность имеют интонация, одежда и прочее. Это высококонтекстуальная культура, к ним принадлежат в основном страны востока. Тут можно говорить одно, а подозревать при помощи поведения и контекста совсем другое.
* **Низкоконтекстуальные** культуры: Основная часть информации передается вербально, явным и прямым образом. Точность и ясность высказывания очень важны. Примеры: Германия, США, Скандинавские страны. В низкоконтекстуальных культурах что сказано, то оно и значит.

**Полихромные и монохромные**. Есть культуры, где нельзя делать несколько дел одновременно. Работает – о семье не говорит. Сидит с семьёй – о работе молчит. Это монохромная культура, как пример – Германия.

* **Монохронные культуры:**  ценятся пунктуальность, планирование, сосредоточенность на одной задаче. Примеры: США, Германия, Швейцария.
* **Полихронные культуры:**  многозадачность является нормой, гибкость и адаптивность ценятся выше, чем пунктуальность. Примеры: страны Латинской Америки, Ближний Восток.

**Пример:** В высококонтекстуальной культуре приглашение на обед может не содержать явного указания на время, поскольку ожидается, что участники поймут время встречи из контекста. В низкоконтекстуальной культуре время встречи должно быть указано точно и четко.

* 1. **Теория культурный измерений Герта Хофштеде.**

**Избегание неопределённости**. Многие культуры просто ненавидят не знать будущее. Это особенно характерно для северо-европейских стран, там горизонт планирования зашкаливает. Это касается и Германии, и Франции. У некоторых культур горизонт планирования идёт на месяцы и годы. Встречи назначаются на следующие полгода. Тебя встретят так, словно ждали всю жизнь. Захочешь с ними встретиться на следующий день – не выйдет, сиди и грусти. Это вот высокий уровень избегания неопределённости.

**Индивидуализм/коллективизм**. степень важности индивидуальных целей по сравнению с коллективными.

**Мускулинность/феминность**. В мускулинности всё решается борьбой и конкуренцией, это Москва. Феминность – забота, поддержка, к этому он относит скандинавские народы. Феминность – отсутствие возражений.

**Дистанция от власти**. Как легко влиться в политическую жизнь страны. В скандинавских странах дистанция мала, так как того же министра можно в обычном кафе встретить. В культурах с высокой дистанцией власти (например, Япония) подчиненные редко оспаривают решения начальства, в то время как в культурах с низкой дистанцией власти (например, Дания) обсуждение и критика являются более распространенными.

* 1. **Вербальная, невербальная, паравербальная коммуникация.**
* **Вербальная коммуникация:** общение с помощью слов, устной или письменной речи.

**Невербальная коммуникация:** общение без слов, с помощью мимики, жестов, позы, расстояния, прикосновений, внешнего вида. **Кинесика** – движения (итальянцы руками машут). **Акулистика** -– куда прячутся или не прячутся глаза (взгляд глаза в глаза – агрессия, честность, взгляд виляет – что-то утаивает). Дальше **тактильность** (многие народы не любят обнимашки и прикосновения, а кому-то важно рукопожатие и объятие при прощании). **Сенсорика** – как нужно пахнуть (в странах арабского мира это важно). **Проксемика** – где нужно стоять, какая дистанция. **Хронемика** – нужно всё делать вовремя или с опозданием (в арабском мире принудить прийти вовремя – проявить неуважение. В Европе опаздывать непростительно).

* **Паравербальная коммуникация:** характеристики голоса, такие как тон, темп, громкость, интонация, паузы.

**11. Теория речевых актов. Типы перфомативов.**

Теория речевых актов исследует, как язык используется для совершения действий. Речевой акт включает в себя **локуцию** (говорение), **иллокуцию** (намерение говорящего) и **перлокуцию** (влияние на слушающего).

**Перформативы** – это речевые акты, которые сами по себе совершают действие, например: “Я тебя крещу”, “Я объявляю заседание открытым”. Типы перформатив:

* **Директивы**: приказы, просьбы, советы.
* **Коммиссивы**: обещания, клятвы, предложения.
* **Ассертивы**: утверждения, описания, вопросы.
* **Экспрессивы**: извинения, поздравления, благодарности.
* **Декларации**: объявления, назначения.

Пример: Фраза “Я извиняюсь” (экспрессив) сама по себе является актом извинения.

**12.Локуция, иллокуция, перлокуция.**

* **Локуция**: сам акт говорения, произнесение высказывания.
* **Иллокуция**: намерение говорящего, цель, которую он преследует, произнося высказывание.
* **Перлокуция**: эффект, влияние высказывания на слушающего, результат речевого акта.

**Пример**: Фраза “За окном холодно” (локуция) может иметь целью сообщить о температуре (иллокуция) и побудить слушающего одеться теплее (перлокуция).

**13. Речевое поведение как игра.**

Речевое поведение можно рассматривать как игру, в которой участники взаимодействуют, следуя определенным правилам и стратегиям. В этой игре используются речевые тактики и стратегии для достижения определенных целей, таких как убеждение, манипуляция, сотрудничество.

Пример: Спор двух людей может быть представлен как игра, в которой каждый участник использует речевые приемы для достижения своей цели - убедить оппонента в своей правоте.

Теория речевых актов продолжает традицию взгляда на язык как на инструмент достижения своих целей, инструмент управления другими.

Речевое поведение. Жизнь сложна и многообразна, но в ней можно выделить повторяющиеся наборы сценариев. Наборы: врач-пациент, старший-младший, учитель-ученик, продавец-покупатель, постоянные и переменные роли. Есть речевое поведение, которое уже впаяно в нас в силу пола, возраста и других факторов. Нельзя говорить как ребёнок, будучи взрослым. Есть переменные роли: играем роль ребёнка при родителях, ученика – в школе, пассажира – в метро, друзей – в игре. Такие роли мы играем каждый день. «Игры в которые играют люди», автор писал, что человек может изменять даже свои постоянные роли: родитель со своим ребёнком, но сам он ребёнок со своим начальником. В роли родителя человек выбирает авторитарный тон, поощряет, отчитывает и прибегает к вопросительному стилю – сводит разговор к вопросам из разряда «Ты сделал вот то дело?», «Сколько раз тебе повторять?», это немного напоминает речь следователя.

Роли различаются ещё и по принадлежности в разным социальным группам. Интеллигенты предпочитают общаться на литературном языке. Жители сёл используют кучу диалектов. Есть определённые наборы поведения у ролей. Врач смотрит долго, внимательно, пристально, немного шутит для поддержки пациента.

Многие особенности зависят от пола. У девочек выше скорость, больше словарный запас, а ещё они начинают говорить раньше, но это не значит, что они быстро доходят до сути и могут говорить только по делу. Девочки используют больше уменьшительно-ласкательные формы прилагательных. Чаще используют эмоциональную лекцию: «жуть», «блеск», «парниша, шалишь!» и прочее.

**14. Рече-поведенческая стратегия призыва к откровенности. Инициальные, медиальные и**

**финальные фразы.**

Верещагин и Костомаров уделяют внимание следующим тактикам:

**Деликт**. Повинность, обличение, покаяние и прочее, должны заканчиваться извинениями.

**Утешение**. Например, минимизация беды: «Невелика беда», «Ничего смертельного» и прочее. Другая тактика – жизнь продолжается: «Завтра новый день будет», «На этой мине свет клином не сошёлся», «Встретишь ещё человека», «До свадьбы заживёт» и прочее. А ещё тактика: «Ничего не поделаешь, потерпи», «Такова судьба», «Что написано на роду, то и будет». Своеобразный пинок под зад: «Не хнычь», «Не плачь», «Не падай духом», «Встряхнись», нередко подразумевает «Не сдавайся», «Борись». И ещё одна тактика «Чувствуй, не держи в себе». Ещё есть надежда: «Дальше будет лучше». Ещё есть вариант «Ты не один». А ещё есть вариант «Давай зальём горе!». В России утешение связано с тем, что мы пытаемся уменьшить психологическую боль, а в США то же «Don’t worry» значит не подавать вида, что вам плохо. Короче, культура тоже имеет влияние на способ утешения.

**Призыв к откровенности.** Иногда даже не требуется к нему прибегать, они просто начинают вам рассказывать, что их тревожит. Но чаще всего человек не открывается, и нужно заставить его открыться. Тот, кому вы открываетесь – **конфидент**. Открывающийся – **секретник**.

* **Инициальные фразы**: вводные фразы, начинающие разговор и создающие благоприятную атмосферу для откровенности. Например: “Я хотел бы поговорить с тобой о…” “Мне нужна твоя помощь…”
* **Медиальные фразы**: фразы, поддерживающие диалог и побуждающие собеседника к откровенности. Например: “Расскажи, пожалуйста, поподробнее…” “Что ты чувствуешь по этому поводу?”
* **Финальные фразы**: заключительные фразы, подводящие итог разговора и выражающие благодарность за откровенность. Например: “Спасибо тебе за откровенность” “Я ценю твою честность”.

**Пример**: “Мне нужно кое-что тебе рассказать, и мне важно твое мнение. (инициальные) Поэтому, расскажи, пожалуйста, что ты об этом думаешь? Не стесняйся. (медиальные) Спасибо, что поделился со мной своими мыслями, это очень помогло. (финальные)”

**15. Речевые тактики контроля роли в диалоге по О.С. Иссерс**

Исходные данные для речевой стратегии (Оксана Сергеевна Иссерс). Стратегия нужна для навязывания собеседнику своей интерпретации. Ваш собеседник должен подумать о предмете или ситуации так, как надо вам. Для этого нужна информация о предстоящем речевом событии. Когда, где, что будет говорить человек, какие у него будут аргументы, какие роли будут, какая ситуация, возможная длительность разговора – это всё разные ситуации. Необходимо помнить, что информация может быть неполной, а потом нужно предварительно прокрутить в голове несколько вариантов, чтобы при любом развитии сценария удалось получить нужный результат.

Примеры стратегий:

* **Дискредитации** (насмешка, оскорбление, обвинение). Чтобы другие не относились к собеседнику серьёзно, есть вариант поливать его помоями.
* **Уговор, убеждение**. Нахождение опоры на чувства: «Да вы посмотрите, сколь крута эта книга, как прекрасен переплёт!». Опора на пользу: «Вы научитесь готовить триста блюд из одного лука, и все разные!». Вызов к авторитету: «Крутой мужик сказал, что книга крутая, так что она точно крутая!».
* **Комплимент**. Подчёркивает высокую оценку собеседника. Даже если люди говорят, что не реагируют на комплименты, это сработает (слова лектора).
* **Самопрезентация**. Стратегия используется, например, при поиске работы. Тут нужно говорить не о своих личных качествах, но лучше говорить о вашей роли, которую вы играли или будете играть, а потом подвязывать личные качества. «Вам требуется человек, который пишет грамотно? А я победитель такой-то олимпиады по русскому языку таких-то годов!».
* **Тактика инициативы**: активное начало разговора, задание тем и направления беседы.
* **Тактика авторитета**: использование апелляции к авторитету, ссылок на опыт и знания.
* **Тактика принуждения**: угрозы, ультиматумы, требования.
* **Тактика уклонения**: избегание прямого ответа, перевод темы.

**16. Пример использования критического анализа дискурса CDA.**

**Дискурс** – речь устная/письменная для последовательного выражения идей с какой-то целью.

**Дискурс** – общение двух персонажей в книге, сами книги и даже реклама.

**Первая** **тактика** – критическая школа анализа дискурса. Вторая – корпусная или корпус-ориентированная.

**Критический** **анализ** – анализ на основе теоретических идей, анализ качественный. Идеология формируется и формулируется борьбой классов… С той точки зрения всё рассматривается.

**CDA** – это междисциплинарный подход, который анализирует текст, чтобы раскрыть скрытые идеологии и властные отношения. Он фокусируется на том, как язык используется для поддержания и воспроизведения социальных неравенств.

Анализ политического выступления, где **CDA** может выявить, как используемые слова, метафоры, грамматические структуры, и даже расположение текста на странице поддерживают определенную политическую идеологию и манипулируют аудиторией. Например, использование терминов, направленных на “другого” (например, “нелегальные мигранты” вместо “беженцы”), может служить для создания негативного образа и обоснования дискриминационных политик.

**17. Пример использования корпусного анализа дискурса CADS.**

**CADS** – это количественный подход, использующий большие текстовые корпуса для изучения языковых паттернов и их связи с социальными явлениями.

Корпусный анализ основан на интерпретации числовых данных. Для изучения доминирующих политических идей используется анализ чисел.

Анализ начинается со сбора нужных текстов. Дальше идёт разметка текста по любому принципу. Разделение текстов, например, по полу авторов. Можно разделить тексты на те, которые произносились теми или иными партиями. Можно делить их по форме публикаций: законы, аналитическая записка, выступление на совещании. Дели по самое не могу. Все эти тексты потом запихиваются в программу, и потом можно их смотреть по разделённым категориям (По тегам, короче, смотрим тексты). Потом можно посмотреть частотность использования того или иного слова. Если какое-то слово сильно выделяется по сравнению с корпусом русского языка, то можно делать какие-то выводы. Например, что слово значит что-то особенное. И это будут объективные данные.

Корпусный анализ позволяет за счёт частотности и сочетания слов позволяет делать выводы на основе математически полученных данных, которые описывают объективную реальность.

**Пример:** Исследование использования гендерно-маркированных слов в новостных текстах. CADS позволяет количественно оценить частоту употребления слов, связанных с мужчинами и женщинами, в разных контекстах. Например, CADS может выявить, что в новостных заголовках чаще упоминаются имена мужчин, а женщины чаще описываются через личные качества, а не профессиональные достижения. Это может показать существование гендерного неравенства в общественном восприятии и представлении в СМИ.

**18. Менталитет и коммуникативное поведение русских: тенденции последних лет.**

выделяют у россиян коллективизм, то бишь, желание не быть белой вороной. Даже выпадая из общего ряда, русский человек пытается быть одетым, как группа сверстников, и чаще всего примыкает к этой группе сверстников, чтобы не выпадать из ряда. Русский человек быстро входит в коммуникацию, если думает, что может помочь. Также это выражается в том, что русские живут большими семьями и редко отдают своих бабушек в дома престарелых.

В Великобритании и Америке дети почти никогда не возвращаются в родительский домой после отъезда для учёбы в колледже. **У нас** и у итальянцев дети весьма долго живут вместе с родителями.

Второй аспект – **душевность**, она выражается в том, что мы не терпим формальных отношений, и они нас унижают, раздражают. Мы не хотим писать и получать официальные тексты. Если мы пишем письма, то они наполнены крайней степенью интимности и душевности. Эпоха больших писем пропадает, т.к. появился интернет.

Третья особенность – **созерцательность**. Мы решаем проблемы идеальности. Мы будем три года ежедневно выходить из подъезда и запоминать третью качающуюся ступеньку, но никто даже не почешется, чтобы её исправить. У европейцев вот видно, что там они поколениями работают над мелочами, например, над двумя квадратными метрами перед домом. Для русских это вот всё не имеет значения, мы решаем мировые проблемы.

Четвёртая особенность – **терпеливость**. Терпим ипотеки, ещё вот подзаработает, завтра всё будет, а сегодня пашем.

Ещё особенность – **импульсивность**. Мы можем быть эмоционально взвинчены и ссориться даже с теми, кто в будущем был бы нам полезен.

Ещё особенность – **потребность во внешнем контроле и управлении.** Нам нужен прийти кто-то, кто всё нам расскажет и покажет.

Последняя черта – **излишняя самокритичность**. Мы любим посыпать голову пеплом.

А ещё мы терпеть не можем неискренние улыбки в разговорах. Американцы могут улыбаться на похоронах.

Мы не сидим на полу или на корточках. В университетах Америки многие сидят на ступеньках и на полу.

Сидение на корточках в России связано с выходцами из стран средней Азии (Узбекистан, например) и с гражданами, которые побывали в тюрьме.

Нельзя смотреть на часы при разговоре, так как это значит, что вы намекаете о том, что вам хочется уйти.

Нельзя смотреть на собеседника в упор.

Нельзя говорить сидя со стоящим.

Нельзя отвечать на ходу, нужно остановиться.

Нельзя сидеть в присутствии стоящей женщины (а в электричках это не всегда работает, говорю на своём опыте).

Формальное общение – **неискренность**.

Мы склонны к пессимизму в оценках. Мы скромны в самоподаче. Хвалить себя считается неприличным. Русский человек не любит формальное общение. Следы неформального, тёплого и милого общения чаще всего сохраняются в письмах

Менталитет русских характеризуется коллективизмом, эмоциональностью, прямолинейностью, склонностью к иронии и юмору.

**19. Фатические формы беседы в Великобритании и Северной Ирландии. Запретные темы в**

**общении.**

**В Британии** крайне развит индивидуализм. Не принято вмешиваться в чужие дела и не принято притеснять чужие свободы. Принято делать дела в одиночестве. У них «Быстрее едет тот, кто едет один». Наш аналог: «Хочешь сделать хорошо – сделай это сам».

Вы можете говорить с британцами о чём угодно, но о себе они тебе не расскажут. Нельзя говорить о себе. Нельзя запросто вступать в беседу с незнакомцами. Если вы хотите дать совет, ждите, пока вас спросят. Не спрашивают – лучше помолчи. Их замкнутость сопровождается высокой эмоциональной сдержанностью.

Детей недолюбливают , чтобы подготовить их к тяготам жизни. Возможно, англичане малоэмоциональны из-за того, что им подарили мало любви в детстве. Если ребёнок плачет, его не успокаивают и не утешают. Зато дают им деньги на одежду. Расстояние между отцом и сыном приличное, и ребёнок обращается к отцу «сэр».

Есть насильственная сегрегация с момента поступления в университет. Колледж – де-факто общежитие, где живёт сообщество студентов. Оксфорд и Кембридж – просто разные колледжи. В колледжах помимо жилых комнат есть community room. Всеми порицается неформальное общение студентов разных курсов.

Если студент курса постарше общается с малышами, его рискуют пнуть из общества его курса.

Невозможно неформальное общение между бакалаврами и магистрами, преподами и студентами… Короче, держи дистанцию и почётным будешь.

Где же можно быть у них открытым? В семье!

ещё об эмоциональной броне. Закрытость сопровождается невозможностью разгадать вашу мимику и всю невербальную часть общения. Желательно стоять как камень, не улыбаться и даже вообще не двигаться. Есть понятие «твёрдой губы», когда губы неподвижны. Они тренируют губы, чтобы даже при сильных эмоциях те не дрожали.

У них есть молчаливое хулиганство. Это проявляется ношением яркой, пёстрой и глазоломной одежды. Могут носить тату, красить волосы и прочее.

Нельзя говорить совсем о здоровье, зарплате, цене предметов, работе, серьёзные темы политики, нехватках денег. Желательно не шутить над собой. При писателе нельзя говорить о его литературных произведениях, т.к. это его работа.

**Ирландия**:  
Фатические формы беседы в Северной Ирландии включают светскую беседу (small talk), которая направлена на установление и поддержание контакта.  В ирландском обществе для такой беседы могут использоваться темы местных достопримечательностей, спорта, пива, культуры и искусства, погоды и политики.

Запретные темы в общении с ирландцами включают феминизм, религию, ситуацию с Великобританией и Северной Ирландией. Упоминание этих тем может оскорбить и вывести из себя даже самого доброжелательного представителя ирландского народа.

Также не рекомендуется касаться вопросов, относящихся к личным или семейным проблемам собеседника, его чувствам или переживаниям.

**20. Речь как индикатор социального статуса на примере произведения литературы или кино.**

В литературе и кино речь часто используется как индикатор социального статуса персонажей.

**21. Обед во Франции как культурный феномен.**

Священное время личного общения – это обед. Обед – это ритуал, к которому готовятся сильно заранее. Нужно составить список приглашённых, сделать список блюд.

Если вы где-то ошиблись в подготовке обеда, к вам просто не придут. Отправили приглашения, и вам начнут поступать звонки из разряда: «Здравствуйте, я бы хотел прийти с подарком, давайте вы мне поможете выбрать подарок для вас?». Во Франции такое норма.

Вино должно быть подходить к сегодняшнему обеду. Если вы хотите принести вино в подарок – нужно спросить хозяйку и узнать, какое именно вино ей нести. Покупаешь букет цветов, и немножко опаздываешь. Не снимаешь обувь. Подготовьте шутку для начала разговора. У вас обязательно спросят, как вы добрались.

После проходите в общую комнату, и вам предложат выпить аперитив.

Аперитив – это в основном сухое вино, разбавленное вместе с каким-нибудь, например, черничным, ликёром. Когда все выпьют, вас проводят в столовую, где блюд не будет, и их принесут только потом.

Начинают с закусок: холодное авокадо под майонезом, паштет в тесте, фрутидемар (дары моря с французского) затем подают основное или рыбное блюда (тушёная в красном вине говядина, телятина в сметанном соусе, филе трески, камболы, лосося, желательно без косточек). Если вам предложат что-то выбрать, то лектор советует выбрать мясо, так как его есть проще, а для рыбы нужны особые ножи, вилки и прочие приколы, которые нужно знать. Если не умеете обращаться со столовыми прибора, на это не обратят внимание, но его всё же обратят.

Затем идут сыры 3-4 штуки и салат с оливковым маслом или уксусом. К сырам обязателен соответствующий бокал вина. Если вы подали не то вино, то это жуткий позор.

Кроме всего этого, французы очень легко относятся к запаху сыра, их всё устраивает.

После сыра идёт десерт: мороженое, шоколадный мусс, торт, фруктовый пирог, и это всё сопровождается разговорами.

После обеда вам предложат пройти в гостиную и там выпить кофе или чай. Пить кофе или чай за столом, где вы обедали во Франции и Италии не принято.

На званых обедах суп не подают. Суп – элемент исключительно домашнего обеда.

**22. Особенности немецкого характера, его схожесть с русским и важные отличия.**

Русские немцы во много похожи друг на друга. Русские и немцы видят друг друга грубыми и жестокими. Русские и немцы склонны к направлению своего ума на всякие идеи, склонны этими идеями увлекаться, склонны к реализации современных проектов в гранях своей истории (запутался). В стремлении стремятся показать не виртуозность мысли, а докопаться до первопричин. Есть склонность к поиску правды. У немцев есть закон, и его они активно слушают. Русские стремятся к правде.

Немцам характерна необыкновенная честность и прямота в разговоре. Русские тоже прямолинейны.

Русские и немецкие женщины могут жаловаться на мужей и детей, что в Арабских странах немыслимо. Достаточно прямо выражают своё мнение и любят покритиковать. Немцы критикуют для пользы дела. Русские временами критикуют для дискредитации.

Классическая немецкая семья – семья живущая на хуторе, далеко от других хуторов и больших городов. На хуторе есть всё для ведения хозяйства, но полагаться можно только на себя. Важные элементы культуры – настойчивость, самостоятельность и невероятное трудолюбие.

Не выбрасывают вещи. Долго чинят, экономны. Рачительны. Иногда до непонимания со стороны других наций и народностей.

Положение женщины всегда было подчинённым и сводилась к 3 сферам деятельности. «Дело женщины – дети, церковь, кухня». С начала двадцатого века начал развиваться феминизм (Айльз Шварцер). Девушки стали поздно выходить за муж и поздно обзаводиться детьми. Любят бесполый стиль одежды.

Мужчины сейчас не считают зазорным сидеть с детьми, мыть посуду и т.д.

Ввиду того, что дети считаются совершеннолетними с 18 лет, то после 18 они пускаются во все тяжкие: снимают своё жильё, бухают как не в себя и другое. Родители дают кредит на снятие/аренду этого самого жилья.

Современные немцы считают себя демократичными. Это выражается в визуальных проявлениях. На лекции и семинары можно приносить еду и напитки, а также наборы для вязания. Можно снимать пиджак, ослаблять галстук. Есть уважение к вышестоящим. Распорядок дня очень жёсткий. Перекуров нету. Только короткие перерывы для самого важного. Нарушение правил совершенно не принимается.

Немцы шумны на отдыхе, сосредоточены на чём-то одном (монохронные ж). Начальник в небольшой фирме молодец, если приглашает сотрудников на загородную прогулку, где будет и алкоголь, и разговоры по душам, и шутка на грани дозволенного.

Эта лёгкость общения с начальником должна резко оборваться на следующий день: начальник есть начальник, особенно на работе.

Из-за своей предусмотрительности и желания прогнозировать (они могут планировать за год) у них есть план на каждый день и везде – разбиение по часам. Они везде стремятся к достижению идеального состояния в деле. Перфекционисты. Как деловые партнёры крайне добры. Зададут тысячу вопросов, чтобы понять, как сделать лучше для всех.

Если немцы вас куда-то приглашают, то не волнуйтесь: всё будет идеально. Площадка будет чиста, найдётся штопор для вина, все будут предупреждены и прочее-прочее. И поэтому им тяжело вести с нами, так как у нас всё может быстро поменяться.

Они просто не верят, что у нас всё может быстро меняться.

Стремление к соблюдению правил иногда блокирует эмоциональное чувство. Это как контролёр билетов в автобусе – он во что бы то ни встало, штраф за проезд без билета выпишет.

**23. Ритуальность японского общения: поклоны и жесты.**

Японцы удивительно сконцентрироваться на эстетизации жизни, каждого миллиметра мира, собственного поведения, жеста и слова. Они говорят иначе. Они считают свою деятельность эстетическим моментом вселенной. Рядом с созерцательностью есть фантастическая жестокость.

Японцы очень уважают старших. При этом уважают и маленьких. Моряки не выходят в море, если в деревне родился ребёнок, чтобы не тревожить малыша. При этом очень жестоки к себе.

Их слово «да» не означает согласие. Оно значит «я вас понял». В глаза не смотрят. Подарки делают двумя руками. Подарок принято принимать двумя руками. Если это визитка, то вы должны ещё и спросить, что за визитка, что за компания и прочее и только потом убрать визитку в карман.

Не принято прикасаться к другим. Особенно в голове. Рукопожатия используют только с европейцами.

Есть несколько видов поклонов: 30, 45, 60 градусов как минимум. Мужчины при поклоне держат руки по швам, женщины – на животе.

* **Эсяку** — 15-градусный наклон, которым приветствуют человека равного по должности или социальному статусу.
* **Кэйрэй** — 30-градусный наклон в знак уважения, наиболее частый в повседневной жизни Японии.
* **Сайкэйрэй** — полный 45–90-градусный поклон, призванный продемонстрировать глубочайшее почтение или смирение.

**24. Отношение к собеседнику в Японии.**

Есть норма общения как недоговорённость. Если вывалил всё – ты грубый человек. Вы должны дать собеседнику свободу интерпретации.

Если вы встречаете японца и не знаете японский, то начинаете задавать вопросы на английском. В этой ситуации взаимная цель и вас, и японца в. Японец постарается не дать вам понять, что он не знает инглиша, так как это может это вас расстроить.

Японец после работы не спешит домой, он спешит домой в забегаловку, кафе, где обязательно выпьет пару стаканов тёплого саке. Там их встретят очень замечательные барышни, которые составят им прекрасную компанию и будут вести самую приятную беседу, но вот на второй этаж в отдельные номера не потащат. Эти леди очень эрудированы и могут говорить со всеми на любую тему.

Бывает несколько типов разговоров. Не принято выговаривать все пункты ваших мыслей, остаётся свобода интерпретации. Это принцип юген (красота недоговорённости). Исследователи языка приходят к тому, что сообщение японцев и европейцев разное. У европейцев – максимальное. У японцев – минимальное.

Европейцы дадут максимум информации, организуют всё до предела удобно и логично. Японцы же сожмут мысль до предела, а потом как хренакнут эту запакованную бомбу в мозг собеседника, вызывая у него взрыв осознания, если он окажется достаточно умным.

Европейцы не могут понять, чего хотят японцы, так как у них ощущение, что те уходят посередине диалога и всегда уклончивы. Японцы никогда не говорят «нет». Форма отказа сводится к произнесению фразы «Я передам ваше пожелание своему руководству». Если перед вами сам руководитель, то (13:25, ему позвонили) он скажет: «Я должен посоветоваться с женой», это отказ.

Их слово «да» не означает согласие. Оно значит «я вас понял». В глаза не смотрят. Подарки делают двумя руками. Подарок принято принимать двумя руками. Если это визитка, то вы должны ещё и спросить, что за визитка, что за компания и прочее и только потом убрать визитку в карман.

**25. Эстетика повседневной жизни как фон для общения в Японии.**

Как собеседники очень удобны. Особенно для других наций. Больше всего их в разговоре интересует вопрос, удобно ли их собеседнику. Они щадяще относятся к личности собеседника.

Японцы удивительно сконцентрироваться на эстетизации жизни, каждого миллиметра мира, собственного поведения, жеста и слова. Они говорят иначе. Они считают свою деятельность эстетическим моментом вселенной. Рядом с созерцательностью есть фантастическая жестокость. Ужасный садизм о сжигании людей живьём в печах, сдирании кожи с людей. У них есть готовность быть безмерно жестокими по отношению к другим.

Есть норма общения как недоговорённость. Если вывалил всё – ты грубый человек. Вы должны дать собеседнику свободу интерпретации.

Если вы уж очень хорошо отнеслись к гостю, вы должны знать меру, чтобы не обязать его ответной услугой. Отношения между людьми не стремятся к взаимному обмену хорошему.

Японцы преданны малым коллективам. Например, народу своей родной деревни. Или же коллективу, где они работают. Если вы ездили в другие страны, то наверняка заметили, что можно встретить японцев молодых и пожилых, а японцев среднего возраста почти не встретишь, кроме как в рабочих командировках.

Если человек идёт работать, то он предан своей компании и не ищет другую работу, пытается показать исключительную лояльность компании и поэтому человек перерабатывает как не в себя. Совершенно неприлично уходить с работы раньше, чем твой начальник. Поэтому практически каждый день нужно впахивать часика полтора-два после окончания официального рабочего дня. Поэтому японцы не любят европейцев, которые пашут строго по часам, когда есть японцы-трудоголики.

Один из принципов – чистота души и тела. Одежда всегда чистая, не яркая. Японская мода есть, молодёжь очень модная.

**26. Отношение к пространству и времени в арабской культуре.**

Если приходишь вовремя – это плохо, так как ты заставляешь остальных делать так же, как и ты. Лучше немного опоздать. Коллективизм очень развит: живут в одном доме. Очень рады гостям, но тем невежливо задерживаться дольше трёх дней. У гостя будет отдельная комната. У арабов будет отдельная комната ТОЛЬКО для гостей.

Очень любят близко подходить к человеку, чтобы ощутить его дыхание, и сами любят дышать на человека. Запах играет огромную роль, уделите внимание томе, чем вы пахнете.

Арабы ведут длинные беседы. К женщинам относятся восторженно. Странные идеи о личном пространстве с общественных местах. Считается, что нету личного места в общественных местах. Если ему понравится кресло рядом с вами, он туда и сядет, а не выберет место, удалённое от вас.

**27. Чего следует избегать европейцу в общении с представителями арабского мира.**

Не принято на переговорах говорить о жене и вере. Но принято здоровье и детях.

Переговоры, которые сводятся к исключительно деловым как к неискренним.

Категоричные высказывания. Лучше смягчить фразу, дав понять собеседнику, что не хочется его расстроить.

Использование левой руки. В исламе она считается «нечистой», поэтому все движения — передача визитки, принятие подарка или переворачивание страницы контракта — нужно совершать только правой рукой.

Забрасывание ноги на ногу.  Также не следует показывать свои ступни во время беседы.

Ну и вообще избегать навязчивой тактильности, жену не разглядывать (ну это относится и к другим нациям в принципе) и тп тд.

**28. Информационные технологии и глобализация: противоречивые последствия.**

Схожесть информационных технологий и глобализации заключается в том, что они взаимосвязаны и влияют друг на друга.  **Информационные** **технологии** ускоряют и облегчают глобальные коммуникации, создавая новые возможности для международного сотрудничества и взаимодействия.  **Глобализация**, в свою очередь, приводит к расширению мирового рынка и ускорению обмена товарами, услугами, капиталом и технологиями.

Информационные технологии способствуют развитию глобализации, а глобализация, в свою очередь, является причиной становления и укрепления информационного общества.

Тофлер – разрыв связи между людьми, урбанизация, всеобщая грамотность (проблема в том, что люди всегда что-то могут спросить у интернета, и это уменьшает количество информации, которое находится у человека в отдельности, виден общий упадок лингвистической грамотности.)

Урбанизация – распространение технологий на сельскую местность. Даже медицинские и образовательные сети почти не отличаются в условиях города и деревни.

+ глобализации:

* Доступность информации
* Развитие транспортных систем
* Виртуальные музеи
* Замечательные библиотеки

**29. Судьба языков мира в эпоху глобализации.**

Разрыв связи между людьми – особенное изменение структуры общения, уходит живое общение, уменьшаются эмоциональные связи, которые порождаются невизуальными аспектами (движение, одежда и прочее, так как интернет-общение ограничивается «говорящей головой».

Из общения легко уйти технологически, что невозможно при реальном контакте: от человека физически тяжеловато убежать, а так в сети мы можем просто кнопку нажать. Интернет позволяет совершенно безболезненно переодевать маски, так как мы слышим только голос или видим текст, а в таких условиях крайне легко сменить роль.

Развивается кроме запрещённой информации возможность выкладывать своё творчество в сеть, возникает сетевая литература и сетевая культура. Эта культура для небольших групп, и это творчество особо не контролируется: нет ведь ни цензоров, ни редакторов. Таким образом происходит быстрый обмен социальными феноменами, ускорение экономических процесс, сокращается цикл, вернее, время этого цикла, которое уходит на потребление культурных ценностей.

Глобализация, прежде всего, связана с распространением английского языка как международного языка общения.

Вырабатывается новый образ культурного человека. Этот человек должен владеть английским языком, азами компьютерной грамотности, обязан уметь общаться с культурным собеседником.

Информационные манипуляции. Технологии языковой и информационной манипуляции разрабатывались в тридцатые готовы прошлого века. В первую очередь там есть навешивание ярлыков: кто бы что ни говорил, Россия – тоталитарная страна, всегда отсталая страна. Второй способ: появление экспертов, которые делятся своими мыслями. Третий: мнения из народа и свидетельства очевидцев. Постоянно намекают на духовное пораженчество. Мы не можем сказать американцам о себе, так как мы – периферия, а вот они от души обливают нас грязью. Английский родной для 380млн населения, но вот 80-90% мировой науки написаны на английском. Даже российские учёные предпочитают публиковать свои исследования в английских журналах на английском.

Раньше в Киргизии, Грузии и других странах хорошо говорили на русском.

Английским владеют – миллиард и 260 миллионов человек

Китайским – миллиард 120

Индийским – 170 миллионов, Бенгалия (? Второй язык Индии, короче) – 265.

Число международных организация, где русский – рабочий язык. Тут мы на четвёртом месте.

По количеству СМИ на русском языке нам опережает даже Индонезия (?)

25% юзеров интернета хотят читать статьи на английском.

Количество сайтов в сети интернет на русском – 8,6%, в этом плане мы многим обгоняем.

Глобализация – реанимация европоцентризма. Наши мигранты, скорее всего, потянутся из России в другие страны. Глобализм – победа западной модели над другими.

**30. Человек эпохи глобализации: американский образец.**

Глобальные страны, там где низкий уровень оплаты труда, – это ещё и рынок сбыта. Это население ещё и воспитывается культурной экспансией и культуризацией. Вы показываете, как живут в других станах, и что это очень хорошо. Если вы не сходили ни разу в жизни в макдональдс – жизнь у вас не удалась. Если носите джинсы, изготовленные в США, вы круты. Когда в Москве открыли первый макдональдс, очередь в него растягивалась на половину улицы Горького, хотя можно было покушать в неплохих неамериканских ресторанах вполне себе вкусно и приятно, но нет, всем нужно было иметь возможность завтра на работе всем сказать, что ты поел в макдаке. Это всё причастное потребление.

Глобализация – это взаимовыгодный процесс или игра в одни ворота? Культурная экспансия в эпоху глобализации идёт от центра к периферии (центр – Европа и Америка). Типа, все должны жить как в Европе и Америке, это считается крутым. 85% фильмов в российском прокате – американские. На 52-х российских каналах 42 американских фильма в день. 12 фильмов американских идут одновременно на 52-х каналах. Но при этом российские фильмы на американских каналах показывать не будут.

Но если вы в Америке захотите узнать о русской культуре, вам придётся купить американскую книжку о российской жизни. То есть, даже за культурами других стран вы будете наблюдать через фильтр.

Американские модели русской истории лет 25 назад доминировали в российских школьных учебниках. Зачем, почему и с чьего разрешения это было сделано – неизвестно.

Интернет позволил нам быстрее обмениваться информацией. А где главные рычаги управления интернетом? Не у нас они точно. В США – 87% пользовались интернетом. В России – 89%. В Великобритании – 95%. В Армении – 64%. Бангладеш – 15%. Центральной африканской республике – 4%.

**31. Классификация конфликтов. Его положительные и отрицательные стороны.**

Объём вовлечённых субъектов. Как много и какие субъекты друг с другом конфликтуют. Самый безлюдный конфликт – конфликт человека самим с собой, такие конфликты внутреличностные. Такие конфликты приводят иногда к угнетению, а иногда к преобразованию. Типичный конфликт: проснулись, спать хочется, всё лень, а на работу надо. И долг поднимает человека и заставляет его идти на работу. Более серьёзный конфликт: выбрать жену или любовницу (Нашёл, блин, пример конфликта) – этот конфликт может перейти в межличностный.

Конфликт может быть между личностью и группой.

* По масштабу: межличностный, межгрупповой, международный.
* По форме: явный/скрытый, конструктивный/деструктивный.
* По причине: экономический, политический, религиозный, этнический и т.д.

Отдельно останавливаемся на конфликте между личностью и группой лиц. Тут один человек – противник целой группы. По такой схеме обычно происходит травля. Например, один неприятные сосед в соседе. Такой конфликт может приводит к сплочению группы. Такое иногда используется: придумывается виртуальный противник, и все против него начинают дружить.

Межнациональные конфликты крайне тяжелы. Чем больше людей вовлечено в конфликт, тем, обычно, тяжелее становится.

Переходим к следующей шкале. По сфере конфликта: экономические, политические, трудовые (их много. Например, взяли сотрудника на испытательный срок, он пашет как не в себя, и его пинают с работы, когда срок заканчивается), социального обеспечения (не учли переработки при подсчёте пенсии, не дают группу инвалидности после прохождения мед экспертизы), образование (учитель всегда неправ, а вот ученики и их родители всегда правы). Если начинается конфликт между индивидом и группой, отстоять свои права одиночке тяжело.

**32. Причины конфликта в коллективе. Завышение и занижение оценки вклада работника.**

Причины конфликтов могут быть поведенческими: дымит человек, как паровоз, всегда, и все дышат-дышат-дышат этим… И вот вам конфликт.

Ещё бывают субъективные причины. Например, особенности характера человека. Склонен кто-то там нарушать этические нормы или даже вовсе правовые.

А бывают и объективные. У преподавателей за одну и ту же нагрузку у людей бывает разная зарплата. Или там нагрузка скачет: первый семестр не напрягается, половину второго тоже, а потом ПАШЕМ НАХЕР. Или низкий уровень профессиональной подготовки, санитарные причины, отсутствие перспектив для роста.

Бывают ещё материальные и технические причины.

О субъективных подробнее.

Со стороны подчинённых руководитель бывает неправ, когда повышает кому-то оценку. Есть правило: не говори публично о своих успехах публично, ибо это вызывает зависть. Например, руководитель решил проявить свою доброту и кого-то хорошо оценить, даже если те косячат. Или оценивает кого-то высоко за прошлые заслуги.

Занижение оценки может быть из-за антипатии. Или из-за прошлого нехорошего рейтинга. Когда вам выдают зачётную книжку, ваша первая оценка имеет огромное значение на дальнейшие оценки (Ага, пятёрка первая, неловко тройку ставить, пусть будет четыре).

Бывает попадаешь к какому-то преподу злому. Есть завышение требований. Например, привели к человеку сотрудника, сказали, берите его, а вы начинаете его по кусочкам разбирать и пытаетесь уволить.

Если конфликт затягивается, то начальник начальника может пнуть начальника на уровень ниже. Короче, все руководители заинтересованы, чтобы у них внутри не было конфликтов, чтобы не быть уволенными.

**33. Психотипы участников конфликта.**

* **Агрессор**: стремится к доминированию, использует агрессивные тактики.
* **Жертва**: пассивен, избегает конфликта, часто становится объектом агрессии.
* **Миротворец**: стремится к компромиссу и разрешению конфликта.
* **Манипулятор**: использует скрытые методы для достижения своих целей.

Если конфликт уже произошёл, а вам нужно укрепить свои позиции (обращаемся к психологии), то стоит выбирать в союзники демонстративную личность.

**Демонстративная личность** хочет что-то быстро сделать и показать всем, что и как он прекрасно сделал, любит общаться, но таких стоит привлекать только как временных попутчиков, так как таким людям важна не правда, а популярность.

**Можно выбрать личность ригидного типа**, это нарциссы, они считают, что есть его мнение и неправильное (о да, начальник из мема), таких привлечь на свою сторону тяжело, но если поддерживать речи (только справедливые) такой личности и в возражениях использовать железобетонные аргументы (математика, статистика, отсылки к общезначимым научным фактам).

Ещё есть личность **неуправляемого типа,** от таких стоит держаться подальше, не стоит им активно возражать. Чёрт знает, что от них ожидать. По мнению лектора таким был Жириновский. О способах влияния на таких людей писал то ли Блаженный Августин. Мама Августина (Блаженная Моника) со вспыльчивым отцом, когда он был в гневе, никогда с ним не спорила, но говорила с ним с ним, когда тот уже успокаивался.

Ещё есть личность **бесконфликтного** типа. Они тоже только временные попутчики. Они ни с кем не ссорятся, так как у них нет своей позиции, примыкают к большинству.

Личность **расчётливого типа** – кукловод всего этого театра. Знает слабые места своих противников, обходит острые углы в любой речи, обладает хорошими навыками общения. Крайне редкие, но опасные личности.

**34. Конфликтогены.**

Конфликт должен включать действие, где стороны борются друг с другом, блокируют работу противника и прочее.

Ядро конфликта состоит из трёх элементов: действия, то есть блокирования действий стороны оппонента; осознания (интерпретация) наличия противоречия; эмоции, то есть, конфликт вызывает какую-либо негативную реакцию.

Ещё нужен спусковой крючок, который вызывает конфликт. Такие события называются конфликтогенами. Конфликтогенов следует избегать.

**Конфликтогены** – это слова, действия или ситуации, которые способствуют возникновению конфликтов:

* Критика: особенно личная критика.
* Упреки: обвинения в некомпетентности или недобросовестности.
* Пренебрежение: игнорирование мнения или чувств другого человека.
* Неоднозначность и двусмысленность: неясная формулировка, непонимание друг друга.
* Невербальные сигналы: негативная мимика, жесты.

**35. «Я-высказывание» как метод разрешения конфликтных ситуаций.**

**«Я-высказывание»** – это коммуникативная техника, позволяющая выразить свои чувства и мысли, не обвиняя собеседника. Вместо того, чтобы говорить «Ты всегда опаздываешь!», используется конструкция «Я чувствую себя расстроенным, когда ты опаздываешь».

Под видом педагогического решения конфликта есть «я-высказывания» . Например, парень с девушкой идут погулять в парк под луной рука об руку .Проходя мимо продавца мороженого, парень покупает *одно* эскимо, начинает кушать, берёт барышню под ручку, и они идут дальше. Я-высказывания состоят из трёх частей .

Первая: «Когда ты покупаешь мороженое только себе…».

Второе должно быть чем-то ярким и эмоциональным, может его задеть, но нельзя ругаться, например: «…я чувствую себя рыбой, выброшенной на льдину…».

Третья должна включать то, как вы хотите, чтобы с вами общались, например: «…давай договоримся, что в следующий раз ты купишь мороженое и мне?». Нужно избегать использования оскорбительных высказываний. Критиковать нужно не человека, а ситуацию, в которую он попал. Если человек начал агрессивно получаться, ваше «я-высказывание» провалилось.

Если вы узнаёте о нарастании конфликта, и вы являетесь руководителем, то вы должны брать инициативу и идти решать его.

Как отвечать на оскорбления? Отвечайте мягко. «Охренеть вы идиот», а вы: «Я вижу, вас эта ситуация сильно беспокоит/Кажется мне, вы сегодня очень плохо и мало спали». А можно их просто игнорировать. В конце концов выигрывает в конфликте тот, кто несколько раз там участвовал. Короче, силён тот, у кого опыта много. Если конфликт затрагивает то, что для вас важно, то лучше не откладывать.

**37. Одежда в деловом общении.**

Одежда в деловом общении играет важную роль в формировании первого впечатления и создании профессионального имиджа. Она должна быть:

* Аккуратной и чистой: отсутствие пятен, замятостей, неряшливости.
* Подходящей для ситуации: формальность одежды должна соответствовать контексту общения (формальный костюм для встречи с клиентами, более свободный стиль для внутреннего совещания).
* Профессиональной: избегание чрезмерно ярких цветов, вызывающих деталей, неподходящих аксессуаров.
* Комфортной: одежда не должна сковывать движения и вызывать дискомфорт.
* Дальше формал стиль.

В этом стиле приходят на приём. Это обычно указывается в приглашении. Это не любой деловой костюм. Это один из типов. Для мужчин выбора нету. Мужчина должен был одет в смокинг. Это пиджак, застёгивающийся на одну пуговицу, обычно обитую шёлковой тканью. Этот же шёлк на лацканах воротника. Только чёрная бабочка (поэтому костюм кличут black tie). Только белая рубашка. Туфли с лацканами как на воротнике.

Женщины называют коктейльное платье, оно без воротника и едва закрывает колени, идёт в комплекте с длинными перчатками до локтей.

Стиль after-five. Более свободный, но деловой. Мужчины приходят в любых костюмах. Можно приходить без галстука. Девушки в нарядном платье или костюмах. Любой костюм – это с пиджаком, ну вот никак не спортивки.

After-five casual. Это неформальный, можно надеть что-то экстравагантное, но при этом обязательно одежда должна быть дорогой от известных дизайнеров. Это для коллективных выездов на природу.

Требования к мужскому костюму. Если вам он нужен только пару раз в жизни, его лучше брать напрокат. Костюм должен быть сделан ТОЛЬКО из шерсти, никакого льна или полушерсти. У пиджака такого костюма две шлицы, а не одна. Шлиц на слайде №11. В костюме 2 или 3 пуговицы. Самая нижняя всегда расстёгнута.

Если три пуговицы, то расстёгиваем и верхнюю. Он любит две+ пуговицы. Такой костюм однотонный или в мелкую полоску. Брюки классической длины. Если вы сейчас захотите купить где-нибудь брюки. То они вероятно будут с заниженной талией и будут держаться на бёдрах, а не на талии. Такие брюки хорошо выглядят на людях с идеальной фигурой. Но если вы уже решаете политические вопросы, у вас, вероятно, будет животик, так что такие брюки хорошо сидеть вряд ли будут. Так что брюки покупаются либо с высокой талией, либо шьются на заказ. Что касается дорогих магазинов мужской одежды, то лектор не большой специалист, но более-менее классические костюмы всё ещё шьёт Большевичка.

Следующий элемент – галстук. Сейчас нормой считается галстук, который заканчивается на пряжке ремня. Чем ближе к нашему времени, тем меньше ширина узла у галстука и длиннее сам галстук. Такой галстук называется хорватским или кроватным (от «кроатия»).

Переходим к носкам. Они только хлопчатобумажные. Если вы не хотите экологической катастрофы, носки должны быть такими. Носки должны закрывать ноги так, чтобы кожа ног между краем брюк и краем носком никогда не мелькали. Видно кожу – грустим. Так что носим носки по самое колено. Носки либо продолжение туфли, либо продолжение брюк.

Женский костюм –всегда сдержанные тона, никак не красный. Блузка должна быть чуть светлее. Пуговицы не должны быть пластиковыми, они либо из кости, либо из чего угодно, но в таком случае обтянуты тканью. Ткани должны быть дорогие, качественные, преимущественно шерсть или шёлк. Хлопчатобумажная ткань может быть только при поездке за город или пикните на природе. Чулки должны быть прозрачными и тонкими при любой погоде, даже если -20 или -30, это великая жертва моде (Красота требует жертв, да?..).

Абсолютно недопустимо использовать любые элементы в одежде с огромными логотипами. Очки не должны закрывать поллица и должны служить только функции лучше видеть. Никогда нельзя надевать одежду из кожи. Никаких коротких штанов и шорт. После 35-40-45 появляются седые волосы, их стоит закрашивать.

Краска должна выглядеть абсолютно натуральной, это не должен быть цвет слишком декоративный или кукольный. Если вы хотите выглядеть элегантно, стоит использовать естественные цвета.

В after-five casual можно надевать разные рубашки. Допустимы рубашки в полоску. Но в костюме не должно быть более двух элементов одного и того же дизайна. Если ваш пиджак в мелкую полоску, то галстук можно взять в горошек. Если пиджак однотонный, то галстук может быть в полоску. Если пиджак в полоску, то рубашка не может быть в полоску. Нужно нечто среднее между рубашкой и пиджаком, когда выбираете галстук. Короче, сложно, поэтому в джентльменском наборе должно быть несколько пиджаков, галстуков и рубашек.

**38. Деловая устная коммуникация.**

**Устная деловая коммуникация** — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом.

Некоторые формы устной деловой коммуникации:

* **Деловая беседа**. Передача информации или обмен мнениями по определённым вопросам или проблемам.  По характеру обсуждаемых вопросов деловые беседы делятся на кадровые (приём на работу, увольнение), дисциплинарные (связанные с обязанностями, дисциплиной), организационные (связанные с выполнением поручений и заданий) и творческие (посвящённые разработке новых концепций, идей).
* **Деловое совещание**.  Общепринятая форма делового общения группы людей по обсуждению и решению коммерческих или производственных вопросов.
* Деловое публичное выступление или презентация.

Главные требования к устной речи делового человека:

* точность и ясность (употребление слов в правильном значении);
* краткость (без повторов, тавтологии);
* конкретность;
* правильность;
* нормативность;
* логичность;
* аргументированность;
* стандартность речевых формулировок.

**39. Переговорные стратегии. Переговоры и совещание.**

Выделяют несколько видов закреплённых видов коммуникаций. Это представление, пятиминутка, оперативное совещание, переговоры. Разница межу переговорами и совещание: совещание – между подразделениями одного юридического лица, переговоры – между разными юридическими лицами.

Наиболее простым видом коммуникации является представление (представление). Она требует подготовки, но в исполнении проста. Есть небольшой вариант, небольшая вероятность, что всё пойдёт не по плану. Но к этому нужно готовиться.

Сложнее всего считаются переговоры. **Переговоры** – это процесс взаимодействия между сторонами с целью достижения соглашения.

* **Конкуренция:** стремление к собственной выгоде, даже в ущерб другой стороны.
* **Сотрудничество:** поиск взаимовыгодного решения, ориентация на совместный успех.
* **Компромисс:** каждая сторона идет на уступки для достижения соглашения.
* **Избегание:** отказ от переговоров, откладывание решения проблемы.
* **Приспособление:** уступки в пользу другой стороны.

**Совещания** – форма организованного общения, направленного на решение общих задач. Эффективное совещание требует четкой повестки дня, активного участия всех участников и выработки конкретных решений.Как у переговоров у совещания должен быть план. Вы должны прийти не только ко времени, но должны понять, чего вы хотите добиться: может, вам нужно решить какой-то вопрос, заставить кого-то что-то сделать или ещё что. Совещание начинается с хороших новостей, потом обсуждение проблемы, доклады участников совещания (то бишь, руководители подразделений вашего же предприятия), потом руководитель подводит итог и оглашает решение. Самое сложное – огласить решение. И вся ответственность лежит на руководителе.

**Пятиминутка** – напоминание о том, какие планы на сегодня. «Сегодня такие-то планы, такой-то человек заболел, вот это вот припомните, такие-то резервы активированы» и т.д.

**40. Оперативка. Презентация.**

**Оперативное совещание** проводится для устранения тут же возникших трудностей. Пришли на работу, а там нету питания в пятом цехе, вызывает людей, и это будет оперативным совещанием.

**Ключевые характеристики эффективной оперативки:**

* **Краткость:** должна занимать минимальное время (обычно 15-30 минут), чтобы не отвлекать сотрудников от основной работы.
* **Четкая повестка дня:** заранее определенные темы для обсуждения, чтобы не тратить время на спонтанные обсуждения.
* **Целенаправленность:** фокус на конкретных задачах и проблемах, избегание отвлеченных разговоров.
* **Ясность и структурированность:** четкое и краткое изложение информации, структурированное по пунктам.
* **Активное участие:** вовлечение всех участников в обсуждение, возможность задавать вопросы и высказывать предложения.
* **Принятие решений:** определение конкретных действий и назначение ответственных лиц.
* **Контроль выполнения:** слежение за выполнением принятых решений на последующих оперативках.

**Презентация** – это форма представления информации с использованием визуальных средств (слайды, видео, графики). Эффективная презентация должна быть структурированной, наглядной, интересной и убедительной.

**Ключевые элементы эффективной презентации:**

* **Целевая аудитория:** понимание нужд и интересов аудитории, подбор соответствующего языка и стиля.
* **Четкая структура:** логическое построение информации, использование плана и заголовков.
* **Наглядность:** использование визуальных средств для лучшего восприятия информации (графики, диаграммы, изображения).
* **Краткость:** избегание избыточной информации и деталей.
* **Убедительность:** подкрепление аргументов фактами, цифрами и доказательствами.

**Типы презентаций:**

* **Информационные:** предоставление фактов и данных.
* **Убеждающие:** призыв к действию или изменению мнения.
* **Обучающие:** передача новых знаний и навыков.

**41. Телефонный разговор.**

Есть свои особенности при проведении деловых бесед по телефону. По телефону глобальные вопросы не решают, решают быстрые вопросы, которые надо решить прям щас. По телефону нельзя делать выговоров или делать упрёки. Там должен быть ровный спокойный тон. Для иных целей лучше подходит личное общение.

Особенности разговора по телефону: вас не видят. Поэтому вы в начале должны представиться, а потом спросить, кто вам нужен. Почти всегда вам ответят, что нужного человека нету. Тогда нужно попросить секретаря передать информацию/записочку и спросить фамилию секретаря. В этом случае у секретаря будет больше мотивов передать вашу записку адресату.

Кроме того, вы начинаете звонить. 5-7 гудков – и кладите трубку. Дольше – невежливо, вы слишком настойчивы, отвлекаете человека от дела. Если трубку поднимут, можете встретить раздражённого человека, что ухудшает шансы. Заканчивает разговор тот, кто позвонил. Если вам звонят, вы отвечаете «до свидания» и вешаете трубку – это невежливо.

**42. Письменная коммуникация в бизнесе.**

**Но письменная коммуникация** фиксирует объём сказанного, и потом никто не может сказать «Этого я не говорил» или «Это я не слышал». Если вам значимо то, что вы делаете, то стоит записывать.

Самые большие трудности вызывает самая удобная форма коммуникации – коммуникации **электронными** **письмами**. В Италии есть форма электронного письма как сертифицированная электронная почта. Чтобы открыть такой ящик, вы должны написать заявление, вам дадут супер-номер и едва ли не личный ключ. Письма, отправленные этой почтой, имеют такой же уровень важности, как официальные письма. При этом у получателя должна быть тоже сертифицированная почта, тогда такое письмо будет юридически считаться заказным.

Соответственно, если такой договор есть, то такая почта юридически значима. Если вы пойдёте в суд, когда вас что-то не удовлетворит, то нужно будет взять документы, чтобы иметь возможность доказать те или иные факты. Судья запросит переписку юридически-значимую, значит, переписка должна быть заверена нотариусом.

**Вывод из этого: лучший способ быстрых сообщений – факс**, он юридически значим, и там видно, когда, куда, во сколько и кем было принято сообщение.

**Ещё есть телеграфная переписка**, она тоже юридически значима. Это идеальный вариант, если вам нужно отправить юридически важное сообщение. Там будет уведомление о вручении, будет текст самого письма. Проблема только в том, что сообщение могут не вручить.

Теперь обязательные элементы письма. Сверху шапка – юридические адреса получателя и принимателя, общее название сообщения, дата, затем обращение (там оно неправильно), затем несколько абзацев. Один абзац – одна мысль. Затем может быть приложение или их перечень, затем подпись (печать).

При обращении в Америке (если вы говорите конкретному человеку) лучше использовать титул (господин, профессор и другие) и фамилию. Английское обращение начинается с dear. В британском варианте потом сразу идёт запятая, в американском почему-то ставится двоеточие, затем тело самого сообщения. В теле сообщения вы должны сначала кратко указать общую проблему, затем конкретизировать, дать свои предложение и заключительная фраза «С нетерпением ждём вашего ответа…» или что-то подобное.

«Мы пишем вам о проблемах с доставкой. Из-за непогоды товары не дошли. Мы предлагаем вам разогнать наконец тучи» – или что-то подобное.

У нас всегда обращаются по имени-отчеству. Не знаете к кому обращаетесь – пишите «дорогой сотрудник» или что-то в этом роде. У англичан есть dear service.

У нас есть обращение «уважаемый», оно почти универсально. Если пишем большой шишке, то пишем «глубокоуважаемый». Нельзя написать «Глубокоуважаемый Серебренный», лучше «Глубокоуважаемый имя-отчество».

**Переписки в интернете**. Интернет-переписка юридически практически незначима, а доказать её пипец как дорого и сложно.

Если пишите письмо, пишите кратко! Лучше всего, если письмо будет не больше одной страницы. Максимум 15-20 строк. Если у вас серьёзное предложение, над которым вы долго думали, лучше суньте их в прикреплённый файл. И там пишите хоть два триллиарда страниц. По законам интернет жанра вам должны ответить в тот же момент, как получат сообщение, либо в течение суток.

**К деловым письмам на бумаге**, они почти уходят. Прояснить личное отношение к человеку проще объяснить длинным обстоятельным любовным/дружеским/ещё каким письмом. Если письмо деловое, то конверт должен быть настолько же безупречен, как и бумага. Бумага должна быть рифлёная с водяными знаками, которые зовут «Верше» (Впервые слышу, мог ошибиться).

**43. Цели и идеалы коммуникации в науке.**

**Наука деятельность – форма накопления знания**

**Цели научной коммуникации:**

* Обмен информацией между учеными.
* Распространение научных знаний.
* Критика и верификация научных результатов.
* Развитие научной мысли.

**Идеалы научной коммуникации**:

* Объективность: избегание субъективных оценок и предвзятости.
* Достоверность: точность и проверяемость информации.
* Точность: ясное и четкое изложение информации, без неоднозначных интерпретаций.
* Открытость: доступность информации для широкой научной общественности.

**44. Модернизм и авангард: трудности коммуникации в искусстве**

**Модернизм** -   характеризующееся отказом от традиционных форм и методов, поиском новых способов выражения, экспериментами с формами и материалами, и стремлением отразить сложность современного мира. Модернисты часто ищут новые формы выражения внутри уже существующих рамок искусства, экспериментируя с формами и стилями.

**Ключевые характеристики**: экспериментирование с формой и композицией, поиск новых способов выражения субъективного опыта, использование новых материалов и технологий, изучение внутреннего мира человека, отказ от иллюзий и романтических идеалов.

**Модернизм:** характеризующееся отказом от традиционных форм и методов, поиском новых способов выражения, экспериментами с формами и материалами, и стремлением отразить сложность современного мира. Модернисты часто ищут новые формы выражения внутри уже существующих рамок искусства, экспериментируя с формами и стилями.

**Ключевые характеристики:** экспериментирование с формой и композицией, поиск новых способов выражения субъективного опыта, использование новых материалов и технологий, изучение внутреннего мира человека, отказ от иллюзий и романтических идеалов.