

АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

при ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зарецкая Е.Н.

доктор филологических наук,

профессор

Деловое общение и деловая этика

Москва

2003

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Тема 1. Характеристики формальных организаций

Менеджмент как основа деловой коммуникации. Функциональное определение менеджмента. Требования, предъявляемые к личности руководителя: наличие профессиональных, управленческих знаний, компетентность, умение анализировать и предвидеть. Управленческое решение как творческий акт субъекта, направленный на устранение проблем, возникших в объекте управления. Методы принятия решений: декомпозиция, диагностика, экспертные оценки, метод Делфи, метод неспециалиста. Математический аппарат принятия решений: методы линейного программирования, теории вероятности, теории игр, логической аналогии и др. Номенклатура стилей управления. Категория лидерства. Психологический портрет «идеального» лидера. Формальные и неформальные лидеры. Концепция рассмотрения рабочих мест как продуктов маркетинга, а персонала как внешних и внутренних клиентов. Делегирование полномочий. Типы руководителей: диктатор, демократ, пессимист, организатор, манипулятор. Организация как объект управления. Оптимальный метод управления как миф. Типы организационных культур по Ч. Хэнди. Четыре древнегреческих бога как символы существующих в современных организациях стилей управления, культур и философий. Зевс - бог клубной культуры, отличающийся быстрыми темпами принятия решений и интуицией. Аполлон - покровитель ролевой культуры, бог порядка и бюрократии, концентрирующий внимание на выполненной работе. Афина - покровительница рабочей культуры, признающая первоосновой власти и влияния - ловкость. Дионис - покровитель экзистенциальной культуры, покровитель людей свободных профессий. Соотнесение типов руководителей с генетическим перераспределением функций левого и правого полушарий головного мозга. Централизация и децентрализация руководства. Горизонтальные и вертикальные коммуникации. Двусторонние, групповые и организационные коммуникации. Коммуникативные потоки организации. Формальные и неформальные коммуникации. Внешние и внутренние коммуникации.

Тема 2. Межкультурное общение.

Проблема цивилизованных, культурных и этнических различий. Многонациональные компании. Расширение международного бизнеса. Сопоставление делового поведения в России, США, Франции, Великобритании и Японии. Приоритет ценностей белого, жёлтого и чёрного мира: отношение к бытию, деятельности, семье, миру, будущему.

Религиозные различия, ценностные универсалии. Общение с этническими меньшинствами. Программа преодоления межкультурных проблем как обязательная составляющая деятельности международной компании. Понятие культурной • среды. Деление культуры по Д. Хофстеду на персональную, профессиональную и организационную, устойчивость разных идей по нисходящей линии. Главные элементы культуры: ценности, нормы, символы, язык, знания. Взаимосвязь разных аспектов культуры. Субкультуры. Специальные институты. Способ мышления как канал, через который культура находит своё выражение. Наиболее типичные сферы межкультурного непонимания: стереотипы; время как язык; пространство как язык; body language; непоследовательность перевода. Рекомендации для удачной межкультурной устной и письменной коммуникации.

Тема 3. Теория общения

Определение понятия коммуникации. Альтернативность рассмотрения коммуникативного пространства. Модель обмена информацией К. Шеннона: кодирование, каналы передачи, декодирование. Развёрнутая организационная коммуникативная модель. Прямые («лицом к миру») и опосредованные способы передачи информации. Номенклатура коммуникативных моделей.

Обычаи и аксиомы человеческого общения (субъективные и объективные аспекты} Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения), общение как взаимодействие (интерактивная сторона общения). Общение как восприятие людьми друг друга (перцептивная сторона общения).

Особенности делового общения. Основные виды делового общения. Деловое и межличностное общение. Жизнь в бизнесе: соблазны, страхи, обиды, успехи.

Тема 4. Презентация

Психологическое состояние нервозности перед выступлением как норма. Страх провала и его разрешение через подготовку и практику. Возможность потери контроля над ситуацией. Самоконтроль. «Проактивные» и «реагирующие» ораторы. Соотношение инициатора и ведомого. Смена ролей в процессе презентации. Оборонительная позиция. Учёт потребностей аудитории. Специфические проблемы «реагирующих» ораторов. Рекомендации «реагирующим» ораторам: предварительный анализ аудитории с точки зрения классификации психотипов и пристрастий; общность взглядов, объединяющих аудиторию; осознание собственных намерений; оценка сильных и слабых сторон собственной личности в презентации; осознание позитивного или негативного намерения; подбор наглядных пособий в соответствии с выделенными намерениями; осторожное полагание на память; выставление временного лимита; настрой на решительность. Упражнения на постановку дыхания и звуковую гибкость. Точное определение собеседника. Коммуникативная цепочка: оратор -сообщение - аудитория. Пересечение базы знаний оратора и аудитории.

Методы моделирования аудитории: географический, демографический, по лидерству мнений. Понятия «габитуса» по П. Бурдые. Социальная диспозиция аудитории. Религиозное расслоение. Коммуникативный путь оратора: анализ сегментов аудитории, её идеалов, каналов коммуникации и техники воздействия. Авторитетность личности для конкретной аудитории. Классификация аудиторий по включённости в рассматриваемую ситуацию. Проблема общения с аудиторией как с единым целым. Физическая поза оратора. Обратная реакция аудитории. Три момента, необходимых для учёта ораторами: доверие и репутация; сбалансированное представление о реакции; снятие напряжения.

Публичное выступление как искусство и как умение. Последовательность «частей речи» по Аристотелю в презентации: обращение, называние темы, повествование, описание,

доказательство, опровержение, воззвание, заключение. Особая значимость вступления как элемента привлечения внимания к речи. Виды вступлений. «Захват внимания». Развёртывание темы. Функции заключения. Понятие смысловой перспективы в речи менеджера. Развёртывание управленческих решений. Их аргументация. Виды речей: экспромт, импровизация, заученные тесты, читаемые тексты. Внешний облик оратора. Движение, цвет, композиция, используемые в презентации. Язык одежды. Пример составления наброска речи. Остроумие как необходимое условие презентационной речи. Аргументация значимости предлагаемого тезиса. Примеры публичных речей менеджера. Классификация ораторов по типам.

Тема 5. Деловая дискуссия и спор

Диалог как специфическая акция. Номенклатура диалогических речей. Жанры диалога.

Спор как встречное доказательство. Многозначность термина «дискуссия». Античные представления о ведении дискуссии. Попытки создания универсальной классификации споров; Многозначность трактовки смысла. Спор как самоцель. Декларация тезиса, выставление аргументов. Доказательность и убедительность. Контраргументация в деловой дискуссии. Примеры деловых дискуссий. Дискуссия с целью принятия решения. Спор без победителя. Либеральная речь. Рекомендации для реагирования во время деловой дискуссии: действия собеседника - контрдействия. Три принципа ведения деловой дискуссии: принцип равной безопасности, принцип децентрической направленности, принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано. Особые мотивы дискутирующих сторон при деловой полемике: природные мотивы (осторожность, защитная реакция, неосознанное сопротивление, реванш, зависть, личная неприязнь, консервативность мышления); мотивы, диктуемые интересом (угроза личной позиции, ослабление соперника, запрос на информацию, исключение ошибки в принятии решения, установление возможностей собеседника, выяснение компетентности оппонента, выигрывание времени для обдумывания тактики и др.). Конструктивный и деструктивный подход к ведению деловой дискуссии. Три вида споров: аподиктический (на установление истины), эристический (на переубеждение), софистический (на установление личного приоритета). Соотношение деловой цели и вида спора. Примеры всех видов спора (кейсы из деловой практики). Национальные особенности ведения деловой дискуссии в организации: российский, американский, японский, французский, британский, скандинавский опыт. Факторы, влияющие на ситуацию деловых управленческих споров. Средства словесного противоборства в менеджменте.

Тема 6. Деловые переговоры

Стратегия и тактика ведения переговоров (теоретические аспекты). Номенклатура разнообразных видов деловых переговоров. Значимость переговоров как реализация личных интересов. Противостояние встречной точки зрения. Переговоры как средство снятия разногласий и достижения собственных целей. Отсутствие универсальных рекомендаций для оптимального ведения переговоров. Творческая сущность переговорного процесса. Коммуникативные переменные переговорной ситуации: личности участников, пространство, время, мотивы сторон, и пр. Статус пассивного наблюдателя в переговорах. Основные формы взаимодействия людей в совместной деятельности: кооперация, конкуренция, приспособление, конфликт. Позитивный и негативный аспекты конфликта. Конфликт как способ осознания цели - своей и организации. Конфликт как способ обращения к неиспользованным резервам. Назначение менеджера - эффективно справиться с конфликтом, а не предупредить его. Управление конфликтом как функция менеджера. Переговоры как способ разрешения конфликта. Создание базы для сотрудничества через переговоры. Переговоры как взаимозависимый процесс выработки определённых наборов обещаний, удовлетворяющих основные интересы договаривающихся сторон. Контракты, соглашения, меморандумы о

взаимодействии, декреты о согласии как элементы «наборов обещаний». Выполнение обязательств как основа предсказуемости, порядка, формирование уверенности и безопасности в рамках организации и всего общества. Установление границ во взаимоотношениях с партнёрами через собственную подпись или словесное обещание. Позитивные перспективы переговоров как основа мотивации участников. Узкое понятие переговоров: попытка снятия конфликта с помощью соглашения. Переговоры как совместная с партнёрами деятельность, реализуемая в системе «субъект - субъект». Разнообразие намерений участников как диалектическое противопоставление совместной деятельности во время переговоров. Односторонние действия как основа непрагматичности. Достоинства и недостатки современной трактовки переговоров как взаимодействия социальных субъектов или их представителей в форме прямого или опосредованного диалога, предполагающего согласование интересов и (или) направленного на нейтрализацию потенциального или реального конфликта. Переговоры как способ принятия решения, приемлемого для обеих сторон. Две части переговоров: процессуальная и тематическая. «Ритуальные» правила ведения переговорного процесса. Разнообразие переговоров по уровню, на котором они ведутся, по количеству сторон, включённых в процесс, по механизму принятия решений. Разовые и многоэтапные переговоры. Внешние и внутренние по отношению к организации переговоры. Деление переговоров в соответствии с целями сторон: 1. переговоры, направленные на продолжение существующих, достигнутых ранее соглашений; 2. переговоры с целью нормализации отношений; 3. переговоры с целью перераспределения прав и обязанностей; 4. переговоры с новым партнёром; 5. переговоры, ориентированные на получение косвенных результатов, итоги которых не отражаются в формальных соглашениях. Предварительные контакты, выяснение точки зрения партнёра, анализ возможности повлиять на общественное мнение. Разрешение конфликта через переговоры и законодательство. Прецеденты для обращения в суд и арбитражи. Гражданские права сторон. Причины желания избежать судебного разбирательства: время, деньги, вероятность проигрыша. Досудебные контакты. Причины обращения к консалтингу до этапа переговоров: 1. прогнозируемая сложность психологического контакта; 2. недостаток специальной информации по какому-либо вопросу; 3. потребность в авторитетной точке зрения. Помощь консультанта в смене модели поведения. Введение раздельных и совместных совещаний сторон, встречи экспертов, заседания комиссий и пр. Информационно-аналитическая работа как преддверие переговоров: 1. определение парадигмы предпочтений; 2. сбор подробной информации о противоположной стороне, её участниках (прямых и косвенных); 3. анализ ресурсов, которыми обладают или могут привлечь стороны (финансовых, «военных» и т.п.); 4. анализ действующих в обществе юридических и этических норм и правил, которые могут препятствовать или способствовать достижению цели. Формирование «прозрачности» переговорной ситуации. Номенклатура базовых вопросов: 1. Идти вообще на переговоры, или нет? 2. Какие позиции стоит усилить (например, за счёт привлечения союзников или обращения к общественному мнению)? 3. Какой линии (оборонительной или наступательной) придерживаться? и т.д. Материальные факторы как переговорные ресурсы. Ментальный допуск провала в переговорах как одна из составляющих залога успеха в них. Формирование переговорной команды. Статус главы делегации и его полномочия для принятия решений. Необходимость равного статуса глав делегаций с обеих сторон. Распределение неформальных ролей между членами переговорной команды: лидера (официального руководителя), эксперта (специалиста по существу обсуждаемой проблемы), и спикера - ведущего (специалиста по процедуре). Предварительное согласование ролей как необходимое условие выработки единого видения проблемы и процедуры переговоров. Полномочия лидера в принятии самостоятельного решения. Достижение консенсуса среди членов переговорной команды. Учёт единства команды оппонента. Соотношение количества мнений по отдельным вопросам в переговорах и

числа команд. Принятие аргументации оппонента как основа достижения консенсуса. Внутрикомандные совещания до и во время переговоров (кокус). Цели кокуса: переоценка тактик; усиление контроля за ситуацией; психологическая разрядка и снятие напряжённости. Место проведения переговоров. Отсутствие отвлекающих факторов. Создание благоприятной атмосферы. Наличие технических средств. Неизменность переговорного пространства при нескольких раундах. План - регламент переговоров: перечень сторон, число участников, время, форма итогового соглашения, порядок обсуждаемых вопросов и пр. Осознание возможности срыва переговоров. Базовые стратегии переговорного процесса: уклонение, приспособление, конкуренция, компромисс, сотрудничество (рассмотрение кейсов). Функции переговорного процесса: информационные, коммуникационные, контрольные, рекламные, отвлекающие. Логика и технология выбора решения как главный аспект переговорного процесса. Понятие позиционного торга. Демонстрация разной заинтересованности по одинаковым вопросам. Перевод схоластики переговоров к обсуждению существа проблемы. Силовая, компромиссная и интеграционная стратегии ведения переговоров. Логика перехода от позиционного торга к принципиальным переговорам: позиция - интересы - альтернативные возможности удовлетворения интересов - корректировка первоначальной позиции. Достижение разумного баланса между двумя обозначенными подходами. Апелляция к критериям в ситуации жёсткого сопротивления противоположной стороны. Переход от общих моментов к конкретным предложениям. Технологические аспекты переговоров. «Вехи» переговоров: исходное предложение - окончательное предложение. Соотношение жёсткости и гибкости. Шанс на тайм-аут. Практические рекомендации: демонстрация равенства собеседнику, снятие эмоциональной напряжённости, приоритет убеждающей тактики над силовой, универсальные принципы ведения переговоров: честность, примирение, сдержанность, решительность. Вопросительно-согласовательная форма выдвижения собственной позиции. Провокационные тактики в переговорном процессе. Процедура переговоров. Телефонные деловые переговоры как неформальные способы делового общения. Значимость категорий имиджа в телефонных переговорах. Одноплановость реализации речевой знаковой системы в телефонных переговорах. Речевая функция телефонных переговоров, проводимых секретарём: приветливость, вежливость, тактичность, компетентность, действенность. Разбор разнообразных ситуаций ведения переговоров (удачных и неудачных).

Тема 7. Деловые интервью

Номенклатура типов интервью: интервью найма, информационные интервью, торговые интервью. Структурированные и автоматизированные интервью. Неструктурированные интервью. «Напряжённые» интервью. Четыре шага процесса интервью: подготовка (осознание цели, оценка организации, самосознание, понимание собеседника); взаимообмен (встреча «лицом к лицу», гибкость, двусторонняя связь); оценка (время принятия решений, оптимизация, запрещённые действия интервьюирующего - обсуждение этнического происхождения, физических недостатков, здоровья, роста и веса, семейного положения, сексуальной ориентации, употребления алкоголя или наркотиков); действие. Подход к интервью как к многоэтапному процессу. Возможность оценки администрацией личности интервьюируемого. Рекомендации для проходящего интервью найма: изучение личности интервьюирующего, планирование появления на интервью, разработанный внешний имидж, профессиональное прохождение начальных формальностей, коррекция невербального поведения и пр. Психологическое состояние интервьюируемого. Коммуникативные барьеры интервью найма: недостаток искренности, недостаток заинтересованности, сопротивление изменениям, недостаток доверия, отсутствие обратной связи и пр. Некорректность поведения интервьюирующего. Стратегия проведения интервью найма. Первое впечатление интервьюирующего как основа принятия им конечного решения. Универсальные вопросы при проведении интервью о

наиме. Разнообразие тактик ответов на них. Основные активы проходящего интервью. Опыт коммуникативной подстройки. Специфика выигрышных ответов в соответствии с профилем и национальной принадлежностью компании. Демонстрация слабости как силовая тактика. Демонстрация базовых достоинств при прохождении интервью о найме: способность учиться, способность работать, в роли руководителя, способность взаимодействовать с другими людьми, навыки в организации рабочего времени, навыки в решении проблем и пр. Осторожность в демонстрации основных достоинств личности интервьюируемого. Опасность переоценки самого себя. Недопустимость подмены тезиса. Эмоциональная подстройка. Серьёзность и достоинство внешней репрезентации. Рекомендации для случаев, связанных со сложностью ответа на поставленный вопрос. Демонстрация встречной инициативы интервьюируемого и интервьюирующего. Процедура завершения интервью. Разбор примеров коммуникативных удач и неудач при прохождении интервью. Интервью - отчёт: характеристики, частотность, психологические особенности. Интервью для прессы. Анализ телевизионных интервью как способ подготовки интервью для прессы. Выстраивание публичного имиджа. Сбор информации о человеке и предмете разговора. Особенности слухового и зрительного восприятия в процедуре интервью для прессы. Временной регламент. Рекомендации вербальных и невербальных аспектов поведения в данном виде интервью: демонстрация оптимизма, скрупулёзное внимание к речевым аспектам, поведение глаз и пр. Логика перехода от вопроса к вопросу. Учёт стилистики и жанра газеты, телеканала, радиостанции. Значимость беседы, предшествующей публичному интервью. Видеошок как норма интервью, данного для телеканала. Значимость техники речи для звучащего интервью. Эксклюзивная важность невербального поведения для телеинтервью. Подробный разбор примеров интервью для прессы. Видео-тренинг, проводимый для снятия стресса перед камерой.

Выступления как угроза потери репутации. Удачное выступление как основание для карьерного роста. Диалектные произносительные особенности русского языка. Орфоэпический словарь. Архитектоническое противопоставление «я» и «другого» (М Бахтин). Методы моделирования аудитории: географический, демографический, по лидерам мнений. Понятие габинуса как набора привычек, практик, диспозиций одной группы населения (П-Бурдые). Путь оратора в анализе публики: сегмент аудитории, ее идеалы, ее каналы коммуникации, техника воздействия специально на эту аудиторию. Обратная реакция, три правила, ее формулирующие: добрые намерения оратора, сбалансированная точка зрения, фокусирование на деталях. Композиция речи - обращение, называние, повествование, доказательство, опровержение, воззвание. Перевод семичленной композиции в трехчленную: вступление, основная часть, заключение. «Захват» внимания. Примеры, цифры, иллюстрации. Цитирование. Деление речей с точки зрения произнесения: экспромт, импровизация, заученный текст, читаемый текст. Облик оратора, одежда, имидж. Цветовосприятие. Композиционные графические особенности. Технические и аудиовизуальные средства, используемые в презентации: микрофоны, плакаты, диапозитивы, слайды и пр.

Тема 8. Письменная деловая речь.

Умение понять чувства других людей - основа эффективного письменного общения. Позиция читателя.

Вторичность письменной словесности по отношению к устной. Трансляция культуры - основное социальное назначение письменной словесности. Соотнесение письменного текста с другими знаковыми системами. Письменный текст - овеществлённая память общества. Институты письменной речи. Оборот письменных документов.

Разрыв контакта между отправителем и получателем известия. Связь жанров письменной речи с фазами неречевой деятельности (производства, обмена, распределения).

Соотношение этоса, пафоса и логоса при воздействии через письменную деловую словесность.

Распределение сферы эффективности деловых письменных жанров: принуждение к действию, информирование. История документоведения в России. Структура и стиль документа в дореволюционной России.

Советская канцелярия: путь развития, её удостоверительная роль. Документ как средство арбитража. Автор документа - юридическое лицо, зарегистрировавшее свои правоотношения.

Тема 9. Служебные документы.

Две сферы общественной практики, где документирование широко применяется: административно-управленческая и научно-техническая. Номенклатура служебных документов: директивные и распорядительные документы (законы, постановления, решения, приказы и т.п.); административно-организационные документы (планы, уставы, правила, акты, отчёты, протоколы, служебные письма и т.д.); документы, касающиеся персонала (заявления, резюме, автобиографии, заказы, жалобы, личные документы и т.п.); финансовая документация; учётная документация; документы, регламентирующие межгосударственные отношения, «путинские» письма. Проблема клишированности служебных документов. ГОСТы. Вежливый тон послания. Стиль документа. Факторы, относящиеся к адресату: возраст, социальное положение, образование и социальный статус, уровень общей культуры, связи, ожидания, нужды. Четыре типа текстов в соответствии с синтаксической организацией и пространственно-графическим оформлением: линейная запись, анкета, трафарет, таблица. Форма служебного документа как совокупность элементов оформления и содержания, оцениваемых с точки зрения их состава, последовательности расположения и взаимной связи. Элементы оформления документов: наименования, адреса, даты, регистрационные номера и т.д. Элементы содержания: обращения, мотивировки, выводы, цифровые перечни, схемы и т.д. Констатирующая и распорядительная части документа. Три вида текстов с точки зрения способа изложения: повествование, описание, рассуждение. Композиционная стройность документа; его логическая законченность. Разбиение текста на главную и второстепенные части. Дедуктивный (главная идея в начале текста) и индуктивный (второстепенные детали в начале текста) способы составления делового документа. Грамматическая стилистика служебных текстов. Рутинные письма: приглашение, отказ от приглашения, благодарственное послание, оценочное послание, извинения. Деловые письменные требования. Контракт, договор, их типы. Ответы на письма-требования. Письма-жалобы. Письма с просьбой об одолжении. Письма - напоминания. Уведомления. Ультиматумы. Деловые письма. Запросы о предоставлении кредита. Ответы (положительные и отрицательные) на письма-запросы о предоставлении кредита. Деловые письма-заказы и ответы на них. Служебные записки (меморандумы).

Особенности информационного сообщения: персонализация, ссылки на источники, идентификация, цитирование, хронология.

Тема 10. Аналитические исследования и письменные доклады

Понятие делового доклада и направления их перемещения. Официальные и неофициальные доклады. Шкала степени формализации докладов: научное исследование,

подробный отчёт, отчёт-письмо, периодический доклад. Длинные и короткие доклады. Аналитические и информативные доклады. Вертикальные и горизонтальные доклады. Функциональные доклады. Проблема как смысловая основа доклада. Шаги нахождения решения: распознавание проблемы, выбор метода сбора информации, анализ и структурирование полученной информации, выбор среди альтернатив. Архивное исследование. Расширение границ знания. Управление количественной информацией. Обозревательские, статистические и экспериментальные исследования. Методы анкетирования: особенности, недостатки. Выборка квоты. Оценка процессов распределения:

метод среднего показателя, метод математической статистики и усреднённый метод. Экспериментальное исследование: ранжирование по степени значимости, сжатие объема, группировка по признаку однородности. Адекватность интерпретации. Типовые ошибки: попытка приблизить вывод к желаемому, расчёт на ошеломляющие результаты, ложная аналогия, искусственное построение причинно-следственных зависимостей, неверный отбор нужных фактов, недостаточная доказательность, аксиома неизменности человеческого поведения в сходных условиях. Рекомендации в докладе. Кейс-репорт.

Тема 11. Этические принципы и теории

Значимость этических проблем в современном деловом мире. Этика как философская дисциплина, изучающая мораль и нравственность и как совокупность норм поведения, мораль отдельного человека или группы. Этические учения: абсолютизм, авторитаризм, волюнтаризм, гедонизм, иррационализм, натурализм, рационализм, легизм, релятивизм, скептицизм, формализм, эвдемонизм, эпикуреизм и др. Этические направления XX века: гуманистическая этика, апробативные теории, интуитивизм, кантианство, теория моральной доброты, позитивизм, неопозитивизм, прагматизм, утилитаризм, феминизм, фрейдизм, теория эгоизма, экзистенциализм и др. Этика религиозных учений - христианства (православия, католицизма, протестантизма), ислама, буддизма, иудаизма и др. Принципы религиозной морали: благодеяние, вера, воздержание, возмездие, грех, искупление, искушение, милосердие, покаяние, праведность, раскаяние, смирение, терпимость, утешение и др. Соотношение этики с другими формами общественного сознания: идеологией, искусством, культурой, наукой, педагогикой, политикой, правом, бизнесом, социологией, экологией, эстетикой и др.

Базовые этические категории: благо, добро, добродетель, долг, вина, воля, зло, идеал, мораль, порок, рабство, равенство, свобода, справедливость счастье и др. Истина и нравственность.

Психологические аспекты этики: деяние, мотив, намерение, цель. Конфликт «я» и «они»: жизненная позиция, индивидуализм, коллективизм, конформизм, отчуждение, эгоизм и т.д. Трудовая мораль: бюрократизм, дисциплина, карьеризм, праздность, трудолюбие и др. Семейно-бытовая мораль. Этика поведения в определённой цивилизации: благотворительность, манеры, мода, нравы, предрассудки, ритуалы, традиции. Этикет. Моральные принципы: мировоззренческие (оптимизм, фатализм, человеконенавистничество и др.), и нравственные (альтруизм, анархизм, аскетизм, нигилизм, стоицизм, цинизм и др.). Моральные качества: взаимоотношения с другими людьми (благодарность, великодушие, верность, высокомерие, грубость, гуманность, доверчивость, коварство, лицемерие, преданность, презрение, равнодушие, снисходительность, щепетильность и др.); моральные свойства (благородство, гордость, добросердечие, жестокость, зависть, искренность, кротость, порядочность, снобизм, стыдливость, тщеславие, ханжество, хитрость, храбрость, честность, честолюбие, щедрость и др.); поведенческие доминанты (авторитарность, демократичность, принципиальность, толерантность и др.). Личность и самосознание: достоинство,

духовность, ответственность, самодисциплина и др. Отношение человека к окружающему биологическому миру. Основа этики - выяснение того, что является должным для человека. Моральные ориентиры. Универсалия разрыва между этическим идеалом и реальным поведением. Несоответствие нравов требованиям морального закона. Справедливость как базовая категория этики. Понимание права как института, служащего - для поддержания справедливости. Этическая теория как попытка осознания того, как существовать в ценностно-ориентированном мире, пронизанном «силовыми линиями» добра и зла. Соотношение средств и цели. Античная этика. Связь этики с государством у Аристотеля. Этическая концепция Г.Спенсера: симпатия и альтруизм. Этическая система И.Канта: категорический императив. Утилитарная этика и этический абсолютизм. «Золотое правило» этики. Категория морального долга. Этическая концепция М.Розова: сохранение культурной памяти. Этическая концепция И.Ильина. Категория абсолютного морального запрета. Духовные ценности.

Реалистическая этика: проблема общественного поведения человека. Этическая концепция С.Мейгена: принцип сочувствия. Роль совести в нравственной жизни, её способность наложить вето на решения, принимаемые разумом как вполне удовлетворительные. Рефлексивный характер совести. Модель морального статуса человека В.Лефевра, определяемая качеством мира, оценкой этого мира (голосом совести) и готовности субъекта последовать рекомендациям собственной совести. Проблема компромисса добра и зла. Мораль как ограничение свободы выбора. Антропология Св. Фомы Аквинского: ценностно-ориентированная свобода. Абсолютизма морального закона.

Тема 12. Этика личности и корпоративная этика

Культура как созданный человечеством мир. Культуры цивилизационные (например, западная), конфессиональные (например, мусульманская), национальные (например, российская), профессиональные (например, управленческая), групповые (например, хиппи) и т.п.

Деловая культура (один из типов профессиональных культур) как система отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях. Основные объекты отношений в системе деловой культуры: само дело и личность в нём; люди (персонал, партнёры, потребители, поставщики); общество в лице государства (его представителей законов, общественного мнения); природа (экология). Ценностно-нормативная структура личности в ситуации делового взаимодействия. Соблюдение «правил игры» в деловом взаимодействии - суть деловой культуры. Отрицательный наблюдаемый с детства этический опыт: нарушение родителями законов и норм поведения; учителя копируют компьютерные программы; взрослые делают унижительные замечания и отпускают низкопробные шутки в адрес людей, принадлежащих национальным меньшинствам и т.п. Этический уровень отдельной человеческой личности, причины его формирования: генетические; по аналогии с индивидуальным опытом взаимодействия с внешним миром;

награждение Богом при рождении. Неочевидность многих этических проблем. Разнообразие неэтических поступков в деловой сфере. Нравственные риторические постулаты: с речью следует обращаться только к тем людям, к которым относишься доброжелательно; набор целей речи не может включать заготовку на «зло»; людей не следует обманывать. Механизмы коммуникации при нарушении нравственных риторических постулатов. Понятие «предельной» этической категории. Диалектическое понимание тезиса «то, что безнравственно, то невыгодно». Этические нормы как ядро психики (С. Франк). Морально-этический портрет современного «идеального» делового человека: инициативность, упорство, готовность к риску, ориентация на эффективность и качество, вовлечённость в контакты, целеустремлённость, умение планировать и

наблюдать, стремление быть информированным, способность устанавливать связи и убеждать, уверенность в своих силах, независимость.

Мотивы предпринимательской активности: стремление к реализации собственных побуждений (позитивная мотивация); стремление устранить неблагоприятные условия (негативная мотивация). Типы деловых людей:

«дельфин», «акула». Связь процесса принятия решений с этическим анализом. Система базовых тезисов для этического анализа. Причины неэтичного поведения на рабочем месте: слишком большой акцент на прибыли, неправильное понимание верности интересам компании, чрезмерное увлечение личными амбициями и др. Оценка и самооценка этичности поведения. Схема этического рассмотрения проблемы. Этический свод законов компании в профессиональной сфере. Примеры свода профессиональных законов в сфере общего менеджмента, бухгалтерского учёта, связей с общественностью, рекламы. Корпоративная этика: безусловное следование закону, безопасность и качество продукции, конфликты интересов, практика найма, честность в маркетинге, финансовая отчётность, отношения с поставщиками, выплаты, безопасность, защита окружающей среды, интеллектуальная собственность. Международные этические принципы ведения бизнеса: ответственность, стремление к справедливости и мировому сообществу, уважение правил, «от буквы закона к духу доверия» и т.д.

Тема 13. Особенности российского менеджмента

с этико-психологических позиций.

Своеобразие российской деловой этики. История деловой культуры России. Коммуникативная национальная изолированность российских граждан в XX-м веке. Командно-административная система менеджмента. Соединение двух противоречивых тенденций: подчинённость государству, номенклатуре, и стремление следовать здравому смыслу. Характеристика российского делового человека: попытка уйти от пресса государства с одновременной апелляцией к государственной поддержке; стремление обойти директивные предписания; значимость неформальных отношений, централизация управленческих функций, трудоголизм, высокая адаптивность, авторитарность, патернализм (культура Зевса). Отсутствие привычки строго следовать букве закона - отличительная черта отечественного делового мира. Избирательная этика деловых отношений. Двойной этический стандарт. Использование силовых методов. «Брак по расчёту» с властями. Независимость/сращение (олигархия) с политикой как разнонаправленные тенденции. Текст к иллюстрациям. Социологические образы деловых людей в России; «комсомолец», «красный директор», «инженер», «фарцовщик», «начальник», «хозяин», «лидер», «координатор». «Семь принципов ведения дел в России» (1912 год) и «Кодекс предпринимательской этики России» (1996 год). Этические особенности консалтинговой и пр. деятельности в России. Нарушение базовых принципов: честности, сочувствия, гласности, доступности, искренности, своевременности. Клевета и способы противостояния ей. Этические аспекты условий нарушений контракта. Этическое пространство современной российской политики.

Тема 14. Этические основы деловой тактики

Легальность, соответствие этическому кодексу компании как основа этической стратегии. Следование «Золотому правилу» как основа этической тактики. Тест «дневного света» - удовлетворение, гордость за содеянное при публичном его освещении. Личный поступок как будущий социальный стандарт. Пример сравнения этического анализа деятельности компании через постулаты утилитарной теории и теории моральных обязательств. Ирония как коммуникативная тактика: анализ, оценка, моральные ограничения. Самоирония. Особенности формирования и восприятия критической речи, навыки конструктивной

критики. Передача дурных новостей. Способы составления деловых писем — отказов. Номенклатура писем - отказов. Лексика, семантика, индуктивный синтаксис информационно негативных текстов. Кризисная этика.

ЛОГИКА РЕЧИ

Тема 15. Логические категории и законы

Диалектика как наука об общих законах движения, развития и изменения мышления. Три основных закона диалектики: закон единства и борьбы противоположностей, закон перехода количественных изменений в качественные, закон отрицания отрицания. Формальная логика как наука, изучающая частные законы мышления. Четыре основных закона формальной логики: закон тождества, закон противоречия, закон исключённого третьего, закон достаточного основания. Софистика. Определение понятий. Правила деления объёма понятий. Классификации. Дихотомия. Трихотомия. Классификация понятий. Суждение как форма мысли, в которой утверждается или отрицается что-либо относительно предметов и явлений, их свойств, связей, и которая обладает свойством выражать либо истину, либо ложь. Элементы суждения. Классификация суждений: единичные, частные, общие; положительные и отрицательные. Условные суждения: невыделяющие, выделяющие. Разделительные, соединительные и соединительно-разделительные суждения. Категорическое суждение. Суждения возможности, действительности и необходимости. Простые и сложные суждения. Дилемма, трилемма, тетралемма. Контаминирующие, множественные, ограничительные, исключаяющие суждения. Суждения существования, тождества, отношения. Логический квадрат М.Пселла: подчинённые, противоположные, противоречивые и подпротивные суждения. Понятие умозаключения. Доказательство как логическое действие, в процессе которого истинность какой-либо мысли обосновывается с помощью других мыслей. Доказательство как предмет исследования в древнегреческой, древнеарабской и древнеиндийской науке. Продуктивные, субдуктивные и едуктивные умозаключения. Умозаключения достоверности, вероятности и модальности. Умозаключение как основа доказательства тезиса.

Тема 16. Логико-речевое доказательство

Рассмотрение логических законов с когнитивной (познавательной) и коммуникативной точек зрения. Замысел – второй уровень коммуникационной модели: цель – замысел – цель – реакция. Замысел как тактика воздействия на слушателя (читателя) в соответствии с поставленной говорящим целью. Универсалия предложенной Аристотелем триады способов речевого воздействия. Рациональная, логическая природа сознания человека. Убеждение как ведущая форма воздействия в деловой коммуникации. Доказательство истинности и опровержение логичности постулатов. Обоснование собеседниками соответствия своих представлений, суждений и понятий предметам и явлениям окружающего мира. Доказательность как отображение в сознании людей взаимоотношенности элементов мироздания. Целесообразная речевая деятельность как производная от мыслительной деятельности человека. Бессмысленность синтеза текста безотносительно к содержательному уровню. Роль семантики и прагматики в теоретической и практической лингвистике. Речевой тренинг как следствие мыслительного. Мыслительный консерватизм как стремление личности к сохранению status quo. Механизм убеждения как последовательность двух процедур – вытеснения и замещения. Доказательство как вывод истинности мысли из других суждений, признаваемых собеседниками истинными. Античные теории доказательства как основы ораторского мастерства. Трехединная сущность логико-речевого доказательства: тезис, аргумент, демонстрация. Доказательства прямые и косвенные, аналогические и разделительные, прогрессивные и регрессивные.

Тема 17. Коммуникативные особенности выдвижения тезиса

Тезис – мысль или положение, истинность которого говорящий берётся доказать в речи.

Требования, предъявляемые к выдвиганию тезиса: вера в истинность тезиса говорящим; чёткая формулировка тезиса; семантическое единство в течение речи; внутренняя непротиворечивость. Логические уловки. Софизмы как реализация нарушения закона тождества. Логическая ошибка «потеря тезиса», её распространение в современных публичных текстах. Коммуникативная реакция собеседников на потерю и подмену тезиса. Учение об антиномиях. Логические парадоксы и способы их разрешения, предложенные Б. Расселом. Соотношение языка и метаязыка. Логическая ошибка «порочный круг».

Пять требований, предъявляемых к тезису.

1) Вера говорящего в истинность тезиса.

2) Чёткая формулировка тезиса (адекватность и понимаемость). Трудности в работе над словом: особое влияние многозначности. Ассоциативный ряд толкований. Информационная погрешность как объединение пересекающихся областей ассоциативных пространств Причины принципиальной неосуществлённости адекватного автоматического перевода. Уменьшение информационной погрешности через объяснение говорящими собственной системы ассоциаций. Толкование темы как логически наиболее значимой части текста тезиса.

3) Снятие омонимии в формулировке. Использование эксплицитного модуса с глаголами в форме 1-го лица ед. числа как наиболее естественная процедура введения тезиса. Необходимость допуска сомнения в истинности тезиса слушающим. Несовместимость семантики тезиса с когнитивным состоянием знания и веры. Исследование семантической структуры тезиса как особая задача. Элементы, расширяющие сферу действия тезиса (генерализаторы) и сужающие её (спецификаторы). Фигура уточнения.

4) Семантическое единство тезиса в процессе речи. Закон тождества как основа ясности и точности изложения мыслей. Построение софизмов. Логико-речевая ошибка: потеря тезиса. Подмена тезиса как особая форма речевой тактики. Распространение потери и подмены тезиса в публичных отечественных текстах как особая социальная примета.

Тема 18. Теория аргументации

Аргумент (логический довод) – мысль или положение, которое используется для доказательства истинности или ложности тезиса. Требования, предъявляемые к аргументу: требование истинности, требование достаточности, требование независимости, требование психологического переноса аргумента. Аргумент как промежуточный тезис. Логико-речевая ошибка «предвосхищение основания». Зависимость коммуникативного эффекта от уровня этоса в ораторической речи при нарушении требования истинности. Условность понятия достоверности: достоверное событие как элемент внешнего мира, интерпретируемый людьми со значительной мерой погрешности. Понятие ложных показаний в юриспруденции. Сферы эффективности речевых жанров: провокация эмоций, привлечение внимания, распространение знаний, формирование намерений, побуждение к действию, создание навыков.

Сферы эффективности средств массовой информации: отсутствие установки на достоверность. Речевые жанры, специально предназначенные для распространения знаний: справочная, научная и научно-популярная литература. Ограничение достаточности аргументации снизу и сверху. Понятие заглавного аргумента, ранжирование доводов. Многообразие реализации логической ошибки «ложное основание».

Тема 19. Дедуктивная демонстрация

Демонстрация как логическая связь между аргументом и тезисом, т.е. логическое рассуждение, в процессе которого из аргументов выводится истинность или ложность тезиса. Вид демонстрации в зависимости от типа логической связи. Дедукция как ментальная форма, при которой новая мысль выводится чисто логическим путём (т.е. по законам логики) из предшествующих мыслей. Роль дедукции в процессе познания и обмена информацией. Формализация дедуктивного вывода в классической аристотелевской логике. Дедуктивная демонстрация – форма доказательства, при которой тезис, являющийся единичным или частным суждением, подводится под общее правило. Ограниченность тезисов, на которые может быть распространено применение дедуктивной демонстрации. Силлогизм – умозаключение, в котором из двух категорических суждений, связанных общим средним термином, получается третье суждение, называемое выводом. Средний и крайние термины силлогизма. Семь правил силлогистики, позволяющих сделать верное заключение в выводе. Четыре фигуры силлогизма. Разделительные и условные силлогизмы. Энтимема – сокращённый силлогизм, в котором выпущена одна из подразумеваемых трёх частей. Эпихейрема. Сорит. Структура пятичленного индуистского силлогизма. Достоинства и недостатки дедуктивной демонстрации. Догматическое мышление, его распространённость в тоталитарных социумах.

Тема 20. Индуктивная демонстрация

Индуктивная демонстрация (наравне с дедуктивной) – главный вид речевого доказательства, в основе которого лежит понятие индукции, т.е. формы мышления, посредством которой мысль выводится на какое-либо общее правило, общее положение, присущее всем единичным предметам какого-либо класса. Сократ – первый исследователь индуктивных риторических приёмов мышления. Метод майевтики Сократа – один из приёмов установления истины: с помощью искусно поставленных вопросов и полученных ответов привести собеседника к истинному знанию, что родственно элементарным индуктивным приёмам. Поиск общего в частных случаях путём сравнения этих случаев между собой. Майевтика в сочетании с другими приёмами сократовского метода: 1) иронией, заключающейся в том, что собеседника уличают в противоречивости, а следовательно, в незнании; 2) дефиницией, означающей постепенное восхождение к правильному определению понятия в результате исходных определений. Спор по методу майевтики. Актуальность майевтики сегодня. Разделение полной и неполной индукции. Полная индукция: общий вывод извлекается из ряда суждений, сумма которых полностью исчерпывает все случаи данного класса. Неполная индукция – вид индуктивного умозаключения, в результате которого получается какой-либо общий вывод обо всём классе предметов на основании знания лишь некоторых однородных предметов данного класса. Малая эффективность неполной индукции. Распространение индуктивной демонстрации исключительно на маломощные множества.

Тема 21. Демонстрация по аналогии

Обоснование сходства двух предметов в определённом признаке на основании их сходства в других признаках. Гипотетический характер демонстрации по аналогии. Причины убедительности данной демонстрации. Применение умозаключений по аналогии при процессах моделирования. Условная и безусловная аналогии. Объективная взаимозависимость признаков по аналогии. Понятие ложной аналогии. Аналогия, ориентированная на а) прошлое и б) будущее. Малая пригодность демонстрации по аналогии в применении к трактовке поведения человеческой личности.

Тема 22. Дополнительные виды демонстрации

Апелляция к человеку как сведение истинности или ложности рассматриваемого тезиса к положительной или отрицательной характеристике личности человека, утверждение которого поддерживается или оспаривается. Расчёт на чувства оппонента или слушателей (пафос) – вместо опоры на объективные данные. Мифологизм отечественного сознания как основа эффективности использования апелляции к человеку. Феномен «культурного

слоя». Соотношение моно – и полиобразности в современных культурах Европы, Азии и Америки. Предварительный анализ уровня авторитетности у публики выбранной для апелляции личности. Доказательство антитезиса как риторическая уловка. *Апелляция к публике* как прямого доказательства аргументом «это вам выгодно». Психологическая природа апелляции к публике, воздействие на эмоции и волевой импульс. Демагогические аспекты данного вида демонстрации. Эффективность применения апелляции к публике в среде носителей современной западной культуры. Базовые тезисы философской концепции прагматизма. *Возвратный удар* – обращение реплики или аргумента против того, кто его высказал. Полемическая разновидность возвратного удара – *подхват реплики*. Перенесение смысла текста на личность говорящего как психологическая основа возвратного удара. Искусство пародии. Игра на сомнительной репутации, недоверии, некорректном поведении и пр.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И РИТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Тема 23. Личность в общении. Ролевое поведение

Психологические механизмы общения и социальные нормы. Сознание и общение. Человек и среда. Роль самооценки в деловом общении. Роль как понятие. Действие, как единица деятельности и элемент репертуара. Последовательности действий, паттерны, элемент репертуара и их обусловленность целями деятельности. Возраст и пол участников общения.

Антипатия. Как ее снять. Этапы общения. Установление контакта, контакт с одним человеком, контакт и работа в группе. Организация групповой деятельности и ее эффективность. Пространственная организация общения. Организация общения. Направленность на партнера. Три состояния человека в общении. Ситуация деловых отношений, как единица анализа и синтеза межличностной среды.

Тема 24. Сензитивность как чувствительность к состоянию, поведению другого человека

Сензитивность - способность представлять себя на месте другого человека, мысленно видеть и «проигрывать» ситуацию за него, умение ставить себя на место партнера или соперника, принимать за него наиболее вероятные решения и согласовывать с ним свои действия. Психологические приемы достижения расположенности делового партнера. Общий психологический механизм формирования аттракции. Пять способов достижения расположенности. Взаимопонимание. Как его достичь.

Тема 25. Эмоциональность процесса общения

Классификация чувств человеческой личности. Страх перед дурными новостями как базовая коммуникативная эмоция. Механизм замены страха на сострадание. Членораздельная речь как способ компенсации отрицательных базовых эмоций и перевод их в эмоции любви» привязанности и наслаждения. Речевая коммуникация как способ достижения общности и взаимопонимания, этические эмоции, их связь с чувством долга и духовного удовлетворения. Номенклатура этических эмоций: стыд, чувство ответственности, снисхождение, уважение. Рациональные эмоции и их связь с интеллектуальным удовлетворением (догадка, понимание). Эстетические эмоции как реализация критического начала личности. Физиологические эмоции: боль, жажда, голод, эротическое влечение; их провокация через звучащую речь. Принятие решения как эмоция.

Эмоциональная разрядка – передача чувств во внешний мир. Снятие напряжения. Психологические комплексы уязвимости и неполноценности как основа самоограничений в поведении. Эмоциональное восприятие. Система обратной связи и опасности, связанные с её реализацией. Эмоциональная конгруэнтность. Понятие эмоционального императива.

Время как составляющая эффективности эмоционального воздействия. Выход из коммуникации как способ освобождения от эмоционального прессинга. Феномены общественной жизни как следствие конгруэнтной эмоциональности. Опасность контагиозности. Этические элементы сознательного и бессознательного эмоционального императива. Провокация в человеке чувства стыда, сострадания, гнева и пр.

Способы словесного выведения человека из определённого эмоционального состояния, сложности их реализации в ситуации когруэнтности.

Тема 26. Что стоит за конфликтом, или барьер противоборствующих желаний

Барьер общения - барьер установки, характера, отрицательных эмоций, восприятия техники и навыков общения. Особенности общения в условиях инновации, барьер незнания. Приёмы предупреждения и разрешения конфликтов. Прямые методы снятия конфликтов. Косвенные методы снятия конфликтов. (Психокоррекция общения).

Тема 27. Психологические характеристики личности и её саморегуляция в общении

Признаки жизненного успеха человека. Способы кодирования информации. Особенности мышления личности. Психологический рисунок индивидуального взаимодействия.

Регуляция поведения и состояния. Организация процесса саморегуляции. Связь социальных представлений с нашим состоянием. «Я - хороший» - «Я - плохой». Точки снятия информации о состоянии. Проблема обратной зависимости чувствительности и устойчивости. Активизация деятельности. Психологическая перегрузка. Стресс.

Психологические эффекты организации труда.

Тема 28. Психофизиологические основы восприятия речи

Отношение «оратор - аудитория» как модель социального управления. Понятие обратной связи. Феномен приоритета живого слова в человеческой коммуникации.

Понятие авторитета. Этнос как важнейшая категория в теории ораторского искусства Древнего мира. Внимание и память - пропускная способность человеческой психики. Произвольное и произвольное внимание; временные и ситуативные характеристики. Утомляемость.

Процесс восприятия, понимания и усвоения как факт особого психического явления - запоминания. Три вида памяти: оперативная, кратковременная и долговременная. Глубина кратковременной памяти. Особенности ориентировки речи оратора на образный и эмоциональный виды памяти. Анализ текста в категориях риторики слушающего (по Аристотелю). Образ конкретной речи как замысел, выраженный определённым стилем (со стороны говорящего), и совокупно воспринятое содержание (со стороны слушающего), которое вмещает оценку личности оратора, оценку содержания речи и оценку связи личности с содержанием. Типы памяти и их локализация: рабочая, событийная, фактологическая, память умений.

Тема 29. Прикладная конверсология

Слушание - активный процесс. Разница между слышать и слушать партнера. Стили слушания. Нереплексивное слушание. Минимизация ответов (невмешательство, ситуации, в которых полезно нереплексивное слушание. Рефлексивное слушание. Перефразирование. Выяснение. Отражение чувств. Резюмирование. Установка при слушании. Одобрение. Самоодобрение. Эмпатия. Запоминание услышанного.

Тема 30. Коммуникативные потребности личности

Основа любой эффективной коммуникации - понимание своего собеседника, которое возможно только через мысленное представление «себя» в ситуации «другого».

Понимание как функция от познания, объектом которого являются оба участника.

Самопознание. Окно Джохари: известное для других и себя (свободный или открытый район); известное для себя но неизвестное для других (спрятанный район), известное для

других, но неизвестное для себя (слепой район), неизвестное для себя и для других (неизвестный район). «10 шагов» коммуникативного успеха.

Взаимное доверие как залог психологического комфорта. Концепция «поглаживания» - эффективная коммуникативная тактика. Расширение открытого района окна Джохари через доверие. Доверие - высокий уровень потребности человеческой личности. Удовлетворение потребности от низшего уровня к более высоким. Достижение высших уровней потребностей через других людей. Пирамида потребностей А. Маслоу: физиологические потребности (потребности в самосохранении), социальные потребности, потребности эго, потребности в самоактуализации. Соотношение глубинных коммуникативных мотивов и конкретных целей.

Тема 31. Мотивация профессиональной речи

Соответствие набора целей одному речевому поступку. Понятие профессиональной речи. «Ораторские» специальности: менеджер, адвокат, священник, педагог, политик, дипломат и пр. Мотивация профессиональной речи менеджера: действие в соответствии с трудовым договором, реализация воли к власти, завоевание авторитета, сохранение высокого социального статуса, получение удовольствия и пр. Мотивация других типов профессиональной речи.

Тема 32. Классификация целевых установок речи

Универсальные мотивы речевого поведения личности: формирование интеллектуальных союзников, сохранение энергетического тонуса и др. Специальные целевые установки речи.

Сферы эффективности, формируемые целевыми установками речи в соответствии с воздействием на разные аспекты сознания: провокация эмоций, привлечение внимания, распространение знаний, создание намерений, побуждение к действию, формирование навыков. Завоевание доверия и личностного авторитета.

Тема 33. Основные риторические понятия

Риторика как фактологическая дисциплина, изучающая целесообразную речь. Публичное слово как поступок. Лингвистическая этика. Понятие культуры и анти-культуры. Требования, предъявляемые к личности оратора. Связь риторики с психологией, логикой, философией, лингвистикой, этикой, актёрским мастерством. Общая и частные риторики. Классификация и характеристики ситуаций общения. Письменная и устная коммуникации. Эффективность и влияние речи. Разделение словесности на роды (ораторику и гомилетику) и виды (диалог, публичная лекция, судебная речь, проповедь, художественная литература и др.) и их специфические особенности. Схема эффективности разных видов устной и письменной речи.

Речевой акт как творчество - от выбора темы и материала до конкретной реализации. Необходимые качества изобретения речи: смысловая новация по отношению к слушателям, уместность, семантическая и стилистическая адекватность.

Понятие структуры и построения текста. Тренировка речетворчества. (Видеотренинг).

Тема 34. Ораторское мастерство

Искусство речи как древнейшая отрасль знания. Культура устного слова Греции и Рима. Роль красноречия в развитии художественного стиля античной литературы. Влияние выразительной речи на государственную политику. Демократический строй как основа развития красноречия. Роль древнегреческого языка в становлении навыков убеждения через способность отражать абстрактные понятия: справедливость, гражданская добродетель и т.д. Великие античные ораторы: Перикл, Демосфен, Цицерон, Фемистокл, Клеон и др. Связь философии и риторики: учение Исократ, Платона и др. Риторика эпохи

эллинизма. Квинтилиан - учитель риторики. Расцвет искусства речи в Средневековье. Английская риторика: Питт, Фоке, Шеридан, Гладсон, Ллойд Джордж, Черчилль, Бевин и др. Немецкая парламентская риторика: Бисмарк, Шумахер, Арндт Эрлер, фон Гуттенберг, Делер и др. Искусство речи: служба добру, злу, истине и лжи. «Наркотическое» ораторское воздействие. 10 элементов, характеризующих удачную речь: объективность, лаконизм, ясность, образность, целенаправленность, повышение внимания, повторение, неожиданность, смысловая насыщенность, комические эффекты. Политическая риторика.

Героика нового времени в обществе. Неудачи в построении речей: неясность образов, непоследовательность изложения, отсутствие рациональности структуры текста, неадекватная презентация и т.д. Ложная риторика. Риторический менеджмент. Надёжность лидера. Актуальность речи. Публичная речь как средства формирования лидера. Две самые привлекательные силы оратора: делать новое привычным, а привычное новым (У.Текеррей). Компания как живой организм, находящийся в постоянном движении. Психологическое сопротивление переменам. Риторика перемен. Принцип превращения страха в энтузиазм. Консенсус. Кооперация и солидарность - основа риторической стратегии в менеджменте.

Риторические тактики при инициации изменений: тактика перспективы, кризисная риторика, тактика сохранения Status quo. Риторические тактики при сопротивлении изменениям: риторика отрицания, очерняющая риторика, риторика подрыва.

Тема 35. Типы речей

Многообразие классификаций речей: по форме, жанру, цели, стилю и др. (подробный разбор). Целевой установка: авторитарная, демократическая и либеральная речи. Основа оратории по Аристотелю - речи совещательные (о будущем); судебные (о прошлом); эпидейктические, или показательные (о связи прошлого с будущим).

Эффективность как главная особенность ораторической речи. Влиятельность как основа гомиластики. Примеры речей.

Тема 36. Императивная речь

Речевое воздействие на интеллект (логос) и на эмоциональное состояние собеседника (пафос).

Поведенческий императив. Призыв к совершению совместных действий. Приказ как специальная речевая социальная форма принуждения к действию (бездействию). Приказ как обязательный бюрократический и управленческий документ. Невозможность интеллектуального императива.

Воздействие на сознательные стимулы страха и корысти, - производных от инстинкта самосохранения. Распространение императивного воздействия в тоталитарных обществах. Категория «воли и власти» в коммуникативном толковании её этическая оценка. Две формы репрезентации воли и власти - через императив и убеждение, их соотношение друг с другом, достоинства и недостатки. Убеждение как осмысленный, разумный, позитивный акт. Кратковременность силового воздействия. Категории «срока влияния» как основа выбора альтернативы.

Тема 37. Ритуальная речь

Система обрядов (ритуалов) как часть культуры цивилизаций. Ритуал как основа социального поведения. Две группы выработанных человечеством «правил поведенческой игры»: законодательство (запрещающие правила) и этикет (предписывающие правила). Универсальные и частные (национальные и групповые) правила этикета. Эгоцентрическая потребность в самосохранении личности как основа социальной игры по правилам. Педагогика - наука, обучающая стереотипам общественного поведения. Формирование

личностного круга. Основная целевая установка ритуальной речи. Процесс десемантизации (редукции смысла). Многократная повторяемость как условие возникновения десемантизации в ритуальных речах. Уровни десемантизации. Замена повторяемости на провокацию рациональной эмоции как педагогический приём, улучшающий понимание. Семантическая дешифрация сакральных текстов. Установка на постижение смысла. Две стадии существования ритуала: актуальность и вырождение.

Номенклатура ритуальных речей: приветствия, поздравления, извинения, прощания, проявление благодарности, соболезнования и пр. Более сложные виды ритуальной речи: телефонные переговоры, официальные обращения, речевые обряды. Ритуальные сценарии. Церковные, фольклорные и гражданские обряды. Протокольная речь. Дипломатическая речь. Ритуальные тексты письменной словесности: деловые бумаги, инструкции и пр. Бланк как клише. Законопослушание как национальная и индивидуальная особенность.

Тема 38. Провокационная речь

Общая целевая установка говорящего, направленная на получение встречной информации. Две психологические ситуации провокационной речи - желание (нежелание) собеседника делиться имеющимися у него знаниями. Тактика поведения говорящего в первом случае. Вопросительная конструкция как общеязыковая универсалия. Классифицирующие категориальные признаки в применении к лингвистическим и психологическим универсалиям. Генетическая природа провокационной речи. Врождённая любознательность и воля к власти - психофизиологическая основа провокационной речи. Вопросительная конструкция и её особенности в русском языке. Понятие гиперкоррекции языкового знака. Два типа вопросов: вопросы по смыслу и вопросы по форме. Асимметричный дуализм вопросительной формы. Вопросительная интонация как стимул к ответу. Провокация внимания в вопросно-ответной речевой ситуации. Риторический вопрос как ораторский приём. Тактики провокационной речи в условии нежелания информационного разоблачения: блеф, апелляция к чувствам, физиологическое воздействие и др. Телевизионный жанр ток-шоу и интервьюирование. Ценность информации в современном обществе, её оперативность как основа принятия решений. Значимость провокационной речи.

Тема 39. Коммуникативные особенности невербальной речи

Соотношение вербальных и невербальных знаковых систем, сопровождающих речь. Жесты, телодвижения, мимика, позы, коммуникативное пространство, прикосновения, запах, интонация и др. Жесты как кинетическое средство. Параменглистическая кинетика как наука, изучающая коммуникативно значимые движения. Связь жеста и языковой единицы. Характеристики метакоммуникации. Разнообразие интерпретации и полисемия невербальных знаков. Приоритет невербального текста над вербальным в определенных коммуникативных ситуациях. Невербальный текст как способ дешифровки мотивов собеседника. Семиотическая конгруэнтность говорящего. Body Language как язык бессознательного. Жесты рук: семиотические, эргодические, эписемические, иконические, метафорические, дейктические, ритмические, изобразительные, "дирижерские", символические. Жестикуляция и пантомима. Поведение глаз. Длительность взгляда. Зоны взгляда: деловой, социальный и интимный взгляд. Знаки ног, корпуса, головы. Body Language как энергетический канал приема и передачи информации. Территориальные притязания человека. Три уровня коммуникативного допущения. Место человека в коммуникативном пространстве. Утилитарные особенности невербальных знаков. Три закона проявления: направленность телесного движения бессознательным на цель душевного переживания, на ожидание успеха, на индивидуальную реализацию.

Системность семиотики бессознательного. Защитные функции знаков Body Language. Тест на повторяемость знаков. Витальные силы человека. Скорость речи как отражение темперамента и темпа жизни. Громкость голоса и ее корреляция с изначальной жизненной силой человека. Молчание как полисемнический знак. Три группы невербальных знаков: общечеловеческие (биологические), цивилизационные (культурологические), индивидуальные. Семиотика и универсалии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Античные риторики. М., 1978
2. Дюбуа Ж. и др. Общая риторика. М., 1986.
3. Зарецкая ЕН. Деловое общение. М., 2002.
4. Зарецкая Е.Н. Логика речи для менеджеров. М., 1997.
5. Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. М., 2002
6. Кондаков Н.И. Логический словарь. М., 1987.
7. Кузин Ф.А. Культура делового общения. М., 1997.
8. Саймон Г. и др. Менеджмент в организациях. М., 1995.
9. Фишер Р., Ури У. Путь к согласию, или переговоры без поражения. М., 1990 г.
10. Холопова Т.Н., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М., 1994.
11. Шопенгауэр А. Эристика, или искусство спорить. СПб., 1997.
12. Ягер Д. Деловой этикет. М., 1994.