

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	4
1. Основы теории коммуникации	5
1.1. Коммуникация и общение. Коммуникативные качества речи	5
1.2. Принципы эффективной коммуникации	14
1.3. Речевой этикет	26
<i>Вопросы для самоконтроля по разделу 1</i>	35
2. Устная деловая коммуникация: правила эффективности	36
2.1. Деловая беседа	37
2.2. Деловой телефонный разговор	40
2.3. Small talk	45
<i>Вопросы для самоконтроля по разделу 2</i>	50
3. Письменная деловая коммуникация: правила эффективности	51
3.1. Языковое воплощение качеств хорошей речи в письменной деловой коммуникации	51
3.2. Жанры деловой коммуникации	64
<i>Вопросы для самоконтроля по разделу 3</i>	101
Список рекомендуемой литературы	103
<i>Приложение 1. Образцы деловых бумаг</i>	109
<i>Приложение 2. Образцы заявлений УрФУ</i>	114

ПРЕДИСЛОВИЕ

Умение выстраивать устную и письменную коммуникацию в рамках профессиональной деятельности необходимо для каждого молодого специалиста. Дисциплина «Практика эффективной коммуникации» представляет собой междисциплинарный курс, который преподается в Уральском федеральном университете у студентов разных направлений подготовки: научно-гуманитарных, научно-естественных, научно-технических. Студенты знакомятся с представлением об эффективной коммуникации в разных аспектах: психологическом, философском, лингвистическом. Данное учебно-методическое пособие связано с лингвистической (языковой) частью курса.

Составители учебно-методического пособия учли, что у студентов разных специальностей языковая часть курса отличается количеством часов и соотношением теоретических и практических занятий. В пособие включен достаточно объемный теоретический раздел, связанный с трактовкой понятия «коммуникация» в языкознании и смежных областях. Этот раздел призван помочь студентам разобраться в базовых понятиях теории коммуникации в формате дистанционного обучения. Однако большая часть пособия приходится на практические разделы: представлены сведения о специфике устной и письменной деловой коммуникации (разделы 2 и 3). В практической части курса реализован жанровый принцип описания (обучающие знакомятся с самыми значимыми разновидностями устной деловой речи (беседа, телефонный разговор, small talk), а также текстовыми стереотипами личных документов, которые позволят студентам разных специальностей уверенно чувствовать себя во внутрикорпоративной и внешней деловой коммуникации. В приложении содержится справочная информация, которая необходима студентам для выполнения упражнений.

Желаем коммуникативных успехов! А к коммуникативным неудачам относитесь как к необходимому опыту!

1. ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Коммуникация и общение. Коммуникативные качества речи

Теория коммуникации — область научного знания, которая возникла примерно в середине XX в. в США. В России теория коммуникации получает свое развитие на рубеже XX–XXI вв. Коммуникационный бум объясняется развитием науки и техники, изобретением новых средств связи, что привело к изменениям в процессе передачи информации.

Термины «коммуникация», «информационный обмен» получили широкое распространение в разных областях знания: в кибернетике, математической теории коммуникации и современных средств связи, биологии, социологии, философии, психологии, политологии, лингвистике и ряде других. Сегодня насчитывается несколько сотен определений понятия «коммуникация». Приведем только некоторые из них.

Коммуникация — механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (*Ч. Кули*).

Коммуникация — обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать (*А. Урсул*).

Коммуникация — в широком смысле социальное объединение индивидов с помощью языка или знаков, установление общезначимых наборов правил для различной целенаправленной деятельности (*К. Черри*).

Коммуникация есть информационная связь субъекта с тем или иным объектом — человеком, животным, машиной (*М. Каган*).

Коммуникация — это прежде всего способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей... Коммуникация — это такой обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной координацию действий большой сложности (*Т. Шибутани*).

Коммуникация — это акт отправления информации от мозга одного человека к мозгу другого человека (*П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд*).

Коммуникация (биол.) — это передача сигналов между организмами или частями одного организма, когда отбор благоприятствует продуцированию и восприятию сигналов. В процессе коммуникации происходит изменение информации и взаимная адаптация субъектов (*Д. Льюис, Н. Тауэр*).

Коммуникация — специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания (А. Б. Зверинцев, А. П. Панфилова)¹.

Задание 1. Проанализируйте приведенные определения понятия «коммуникация», выделите в каждом из них идентификационные признаки, составьте собственное определение «коммуникации».

Понятия «коммуникация» и «общение» часто воспринимаются как синонимы. Однако контексты употребления этих терминов показывают, что их следует различать. В табл. 1 представлены некоторые трактовки этих базовых понятий.

Таблица 1

Определения понятий «общение» и «коммуникация»

Общение	Коммуникация
— Взаимные отношения, деловая или дружеская связь² (С. И. Ожегов). — Это реальная деятельность, разворачивающаяся процессуально и протекающая преимущественно в виде речи (в ее словесной и несловесной составляющих). — «Люди, общаясь, создают друг друга»³ (Д. С. Лихачев). — Это деятельность, при которой происходит не только совместное решение каких-либо предметно-практических задач, но и духовное общение, в ходе которого происходит духовно-информационное взаимодействие. — Речевое взаимодействие между людьми — Это процесс выработки новой информации, единой для общающихся людей и рождающей их общность или повышающей степень их общности при сохранении неповторимой индивидуальности каждого.	— Информационная связь субъекта с тем или иным объектом. — Пути сообщения. — Формы связи (телеграф, радио, телефон). — Общение, связь между людьми для передачи и получения информации. — Массовая коммуникация — процесс сообщения информации с помощью технических средств — средств массовой коммуникации (печать, радио, кинематограф, телевидение) численно большим рассредоточенным аудиториям. — Передача речевой информации от отправителя к получателю и прием этой информации получателем от отправителя.

¹ См.: Гуляев Д. Ю. Коммуникация как тип социальной связи: к вопросу о теоретической идентификации // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 3. С. 275.

² Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 80 000 слов и фразеологических выражений. М., 2006. С. 440.

³ Лихачев Д. С. Земля родная. М., 1983. С. 43.

Общение	Коммуникация
— Одно из условий существования культуры: столкновение противоречивых тенденций между объединением и обособлением, социализацией и индивидуализацией, что также становится движущей силой развития и обогащения всех участников общения. — «Только в общении, во взаимодействии человека с человеком раскрывается и “человек в человеке”, как для других, так и для себя самого»⁴ (М. М. Бахтин). — Ценностный характер общения — признание необходимости существования «другого» для существования личности.	

Задание 2. На основе табл. 1 докажите, что в основе различия понятий «общение» и «коммуникация» лежат особенности отношений между участниками этого процесса, которые, по М. М. Бахтину, характеризуются как отношения трех типов: 1) отношения между объектами: между вещами, между физическими явлениями, химическими явлениями, причинные отношения, математические отношения, логические отношения, лингвистические отношения и др.; 2) отношения между субъектом и объектом; 3) отношения между субъектами — личностные, персоналистические отношения: диалогические отношения между высказываниями, этические отношения и др.⁵

Термины «коммуникация» и «общение» имеют оттенки значения, которые отражают две основные группы ситуаций:

1. Ситуации, когда целью коммуникативного акта является передача константной информации;

2. Ситуация, когда целью коммуникативного акта является выработка новой информации.

Что касается первой ситуации, Ю. М. Лотман писал: «Ценность всей системы определяется тем, в какой мере текст — без потерь и искажений — передается от адресанта к адресату»⁶. Всякое несовпадение между кодом говорящего и слушающего будет рассматриваться как помеха. Изменения, которым может подвергаться текст в процессе коммуникации, делятся на закономерные

⁴ Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. М., 1963. С. 338.

⁵ См.: Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 342–343.

⁶ Лотман Ю. М. Мозг — текст — культура — искусственный интеллект // Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллинн, 1992. С. 26.

и незакономерные. Первые (свертывание информации до пересказа) имеют обратимый характер и позволяют восстановить текст в его исходном виде. Вторые — ошибки, опiski — являются коммуникативными паразитами, т. е. «шумом», помехами, нарушающими адекватность понимания. Этот тип ситуаций, о которых пишет Ю. М. Лотман, свойствен коммуникации.

В ситуации второго типа есть свои особенности. «Здесь ценность системы определяется нетривиальным сдвигом значения в процессе движения текста от передающего к принимающему. Нетривиальным мы называем такой сдвиг значения, который однозначно не предсказуем и не задан определенным алгоритмом трансформации текста»⁷. Текст, получаемый в результате такого сдвига, будет новым не только для адресата, но и для автора. «Возможность образования новых текстов определяется как случайностями и ошибками, так и различием и непереводимостью кода исходного текста и того, в направлении которого совершается перекодировка»⁸. Новый текст — это текст, который не поддается адекватному обратному «переводу» в исходный, поскольку в процессе общения произошла система перекодирования, нарушившая тождество исходного и итогового текстов⁹.

Задание 3. Прокомментируйте различия между представлением об «общении» и «коммуникации», сформулированное в исследованиях Ю. М. Лотмана. Согласны ли вы с утверждением о том, что в процессе *общения* в результате перекодирования рождается новый смысл, тогда как в рамках *коммуникации* для собеседников важно сохранить исходный объем информации? Приведите примеры, подтверждающие вашу точку зрения.

Обратимся к книге М. С. Кагана «Мир общения» и сравним его представление о понятиях «общение» и «коммуникация» (табл. 2).

Таблица 2

Понятия «общение» и «коммуникация» (по М. С. Кагану)

№	Общение	Коммуникация
1	Всегда «двухслойно»: оно имеет и практический, и духовный (информационный) характер	В своем прямом значении является исключительно информационным процессом, адресованным человеку, животному, машине (может осуществляться и на искусственных языках)

⁷ Лотман Ю. М. Мозг — текст — культура — искусственный интеллект. С. 27.

⁸ Там же.

⁹ Там же. С. 25–33.

№	Общение	Коммуникация
2	Возможно только между субъектами, т. е. между людьми, ощущающими свою индивидуальность и уникальность	Предполагает информационную связь субъекта с тем или иным объектом. При этом в роли объекта может выступать как человек, так и животное или машина
3	Процесс взаимодействия, он двусторонен и диалогичен	Прежде всего процесс передачи информации. Процесс односторонен и монологичен
4	Субъект — субъект. Уникальность личности. Индивидуальный подход	Субъект — объект. Информация общая, не адаптированная. Получатель не искажает информацию личностными интерпретациями
5	Одновременное взаимодействие, т. е. не только передача информации, но и ее переработка, обсуждение	Процесс однонаправленный, информация течет только в одну сторону
6	Количество информации увеличивается, она обогащается, расширяется в процессе циркуляции за счет структурирования и приращения смыслов в процессе понимания	Количество информации уменьшается, либо остается неизменным. Отсутствие ответной информации от объекта
7	Выполняет функцию не только хранения, но и развития информации в процессе диалога	Предназначена для передачи и приема информации, т. е. для ее сохранения
8	Предполагает процесс выработки совместной информации, который характеризуется двусторонностью (многосторонностью) относительно участников процесса. Свойственна содержательная двуслойность: помимо предмета речи (логической информации) присутствует эмоционально-оценочная информация об отношении к предмету речи и к партнерам по общению	Ограничивается информационным обменом как продуктом предшествующей речемыслительной деятельности
9	Помимо информационной и эмоциональной присутствует и фатическая составляющая, под которой подразумевается понимание самого человека и установление с ним личностных отношений	Предполагает сообщение логической или эмоционально-оценочной информации. Фатическая составляющая отсутствует

№	Общение	Коммуникация
10	Преимущественная форма речевой активности участников процесса — диалог. Монолог как развернутая реплика внутри общего диалога, даже если ответом будет молчание. Обмен информацией происходит взаимно и одновременно	Монолог, главная цель которого — передать или принять информацию. Далеко не всегда предполагает ответную реакцию. Ответная реакция — часто запрос на новую информацию или ответ на запрос, т. е. попеременный обмен информацией, смена монологов
11	Одновременно активны все участники (в большей или меньшей степени), поскольку слушание или чтение включает не только прием информации, но и ее интерпретацию, и активную реакцию на нее. Предполагает определенный вклад усилий, идей со стороны каждого для получения общего продукта. Речевое творчество каждого как обязательное условие участия в общении	Всегда активен один, остальные выполняют роль получателя информации
12	Развивается импровизационно и непредсказуемо, будучи процессом взаимодействия индивидуальных	Поддается точному планированию как преимущественно однонаправленный процесс
13	Общение предполагает взаимную точную адресованность речи всех партнеров	Бывает аксиальной (от лат. <i>axis</i> — ось), адресованной конкретному получателю, и ретиальной (от лат. <i>rete</i> — сеть, невод), адресованной всем сразу. Количество получателей не влияет на тип коммуникации: аксиальной может быть коммуникация, направленная на большой коллектив, а ретиальной может быть реклама, которую воспринимают поодиночке
14	В общении эффективность оценивается по тому, поняли ли партнеры друг друга. Понимание может осуществиться только в том случае, если у партнеров есть общая база. Понимание обязательно	Эффективность оценивается по степени адекватности отправленной и полученной информации. Нет обязательной цели понимания информации получателем. Понимание факультативно

Задание 4. Проанализируйте табл. 2. Выделите, по каким параметрам происходит описание общения и коммуникации. Какие из параметров кажутся вам наиболее важными? Сделайте вывод, являются ли понятия «общение» и «коммуникация» синонимами или антонимами. Докажите свою точку зрения.

Задание 5. Английский писатель Бернард Шоу утверждал: «Если у вас есть яблоко и у меня есть яблоко и если мы обмениваемся этими яблоками, то и у вас, и у меня остается по одному яблоку. А если у вас есть идея и у меня есть идея и мы обмениваемся этими идеями, то у каждого из нас будет по две идеи»¹⁰. Как вы считаете, в отношении какого понятия эта мысль верна — «коммуникация» или «общение»?

Цели общения (по М. С. Кагану):

1. Цель общения находится вне самого взаимодействия субъектов (решается преимущественно в процессе совместных действий партнеров по общению).

2. Цель общения заключена в нем самом (состоит в самопознании и самовыражении путем диалогической деятельности и во взаимопонимании участников общения).

3. Цель общения состоит в приобщении партнера к опыту и ценностям инициатора общения.

4. Целью общения является приобщение самого его инициатора к ценностям партнера (третья и четвертая цели — это прежде всего ценностное взаимодействие партнеров, при котором один из них берет на себя роль инициатора)¹¹.

Все цели достигаются только в процессе диалога. По словам М. М. Бахтина, в процессе реальной речевой деятельности люди становятся «речевыми субъектами»¹², а их словесное взаимодействие — не обменом монологов, а диалогом, т. е. ориентированными друг на друга высказываниями. Диалог не только форма речи, предполагающая смену речевых субъектов, но и, более широко, столкновение, взаимодействие разных точек зрения, разных позиций, разных умов, пониманий, интерпретаций и т. д.

Функции общения (по А. А. Брудному):

1. Инструментальная, т. е. общение понимается как вспомогательный компонент совместной предметной деятельности.

2. Синдикативная (или функция объединения), когда общение предполагает создание единства вступивших в него участников.

3. Функция самовыражения, которая ориентирована на взаимопонимание сторон.

¹⁰ Цит. по: *Маслова Е. Л.* Менеджмент в притчах, сказках и занимательных историях с комментариями. М., 2020. С. 123.

¹¹ См.: *Каган М. С.* Мир общения : Проблема межсубъектных отношений. М., 1988. С. 285.

¹² *Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества. С. 249.

4. Трансляционная — передача конкретных способов деятельности, оценочных критериев и программ¹³.

Задание 6. Соотнесите цели и функции общения, сформулированные М. С. Каганом и А. А. Брудным. Можно ли, с вашей точки зрения, выделить другие функции, свойственные современному общению?

Разными исследователями сформулированы функции человека как субъекта общения:

- 1) коммуникативная (обеспечение взаимосвязи);
- 2) информационная (взаимовыражение);
- 3) когнитивная (взаимопонимание);
- 4) эмотивная (переживание взаимоотношений);
- 5) конативная (взаимопроявление, управление);
- 6) креативная (взаимовлияние, преобразование).

Задание 7. Проанализируйте на конкретных примерах реализацию перечисленных функций человека как субъекта общения. Почему, как вам кажется, учеными при описании данных функций используются существительные со словообразовательной единицей *взаимо-*?

Эффективности коммуникации способствует соблюдение **коммуникативных качеств речи** (качеств хорошей речи) — это «свойства речи, обеспечивающие оптимальное общение сторон: соответствие речи коммуникативному событию, относительное единство замысла адресанта и восприятия адресата речевого произведения»¹⁴.

Теория коммуникативных качеств речи заложена еще в античности, ее современная лингвистическая интерпретация (на основе соотношения речи с языком и неязыковыми явлениями) принадлежит Б. Н. Головину¹⁵.

Обычно выделяют следующие коммуникативные качества речи:

1. **П р а в и л ь н о с ь** (отражение соотношения *речь — язык, языковая норма*) обеспечивается соблюдением норм литературного языка и уравнивает всех его носителей. Знание и соблюдение норм влияет на понимание, обеспечивает незатрудненное общение. В то же время владение нормами свидетельствует о высоком уровне языковой компетентности говорящего и является показателем престижности.

2. **Л о г и ч н о с ь** (отражение соотношения *речь — мышление*) связана с соответствием логического строения текста замыслу говорящего. Автору

¹³ См.: Брудный А. А. Понимание и общение. М., 1989. С. 34.

¹⁴ Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д, 2010. С. 151.

¹⁵ См.: Головин Б. Н. Основы культуры речи : учеб. пособие для студентов филологических специальностей университетов. М., 1980.

необходимо знать законы формальной логики и уметь строить умозаключения, определять понятия, владеть навыками синтеза и анализа. Знание логических законов отражается в композиции текста, последовательности его частей, умении выстроить переходы от одной мысли к другой.

3. *Точность* (отражение соотношения *речь — действительность / мышление*) определяется строгим соответствием употребления слова лексическому значению (общезыковому и контекстуальному). Принято выделять *фактическую*, *понятийную точность*, когда говорят о соотношении речи и действительности, а также *смысловую точность*, когда имеют в виду соотношение речи и мышления (что хотел сказать автор). Необходимо уметь подбирать слова, наиболее полно отражающие реальность, следить за строгим соответствием слова и его лексического значения.

4. *Лаконизм* (отражение соотношения *речь — мышление / общение*) — это краткость и четкость выражения идеи, замысла. Лаконизм — это употребление в речи только необходимого для уяснения предмета, без излишеств и отвлечений.

5. *Ясность* (отражение соотношения *речь — адресат*) — это коммуникативное качество речи, отражающее учет способностей аудитории понять сказанное. Ясной называется речь, которая без затруднений воспринимается адресатом. Затрудняет восприятие речи употребление терминов, диалектизмов, жаргонизмов, фразеологии, устаревших слов и неологизмов, а также сложный синтаксис.

6. *Богатство речи* (отражение соотношения *речь — языковая компетентность автора*) отражает количество и качество используемых человеком речевых средств. Богатство речи определяется словарным запасом человека, у А. С. Пушкина в активном словаре было более 21 тысячи слов (для сравнения, у современного образованного человека примерно 10 тысяч слов).

7. *Выразительность речи* (отражение соотношения *речь — эстетика*) — это коммуникативное качество речи, акцент в котором делается на эстетическую составляющую. Выразительность создается, в частности, за счет использования специальных средств (метафоры, эпитеты, анафоры и др.), афоризмов, пословиц и поговорок.

8. *Чистота* (отражение соотношения *речь — нравственность / эстетика*) — это характеристика речи на основании ее соответствия требованиям этики и эстетики. Чистой называется речь, в которой отсутствуют элементы, чуждые литературному языку по нравственным и эстетическим соображениям. Чистоту речи нарушают вульгаризмы, бранные слова, слова-паразиты, штампы. Чистой считается уважительно-доброжелательная и не содержащая пустых форм речь.

9. *Уместность* (отражение соотношения *речь — ситуация общения / адресат*) представляет собой содержательную и внешнюю (формальную) согласованность речи с целью и условиями общения. Уместность — это требование гибкого отношения к языку, его умелого приспособления к задачам общения. Все остальные качества речи корректируются на основании уместности. Выделяются

стилевая уместность (соответствие используемых средств конкретному функциональному стилю), *ситуативная уместность* (соответствие используемых средств конкретной коммуникативной ситуации), *психологическая уместность* (соответствие речи настроению и состоянию собеседника).

Задание 8. Какие коммуникативные качества речи нарушены в следующих ситуациях:

1. Секретарь жалуется директору предприятия: *«Сегодня целый день звонят журналисты, совсем обнаглели»*.

2. Сотрудник разражается бранью в ответ на замечание коллеги.

3. Предприниматель формулирует следующее рекламное предложение: *«Эксклюзивный секонд-хэнд из ведущих стран Западной Европы»*.

4. Преподаватель в аудитории первокурсников использует в речи большое количество новых терминов, не поясняя их значения.

5. Проверяющий входит в аудиторию и говорит студентам и преподавателям: *«Та-а-ак! И где ваши маски?»*.

6. Студент начинает письмо преподавателю фразой: *«Доброго времени суток!»*.

1.2. Принципы эффективной коммуникации

1.2.1. Общие принципы коммуникации: принцип кооперации. Максимы Грайса

В процессе речевого взаимодействия участники должны знать не только язык, но и «неписанный кодекс», конвенциональные (договорные) правила, которые помогают выстроить эффективную коммуникацию.

Американский философ Герберт Пол Грайс в 1975 г. в работе «Logic and Conversation»¹⁶ («Логика и речевое общение») выдвинул Cooperative Principle (принцип кооперации), который определяет готовность партнеров к сотрудничеству. **Принцип кооперации** требует, чтобы участник коммуникации стремился к успешному завершению переговоров. Данный принцип сводится к следующему: Make your contribution such as it is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged («Делай свой вклад в разговор таким, какой обусловлен целью или направлением обмена реплик (т. е. диалога), в который ты вовлечен, в тот момент, в который происходит разговор»).

Г. П. Грайс выдвигает четыре м á к с и м ы (правила, требования), которые являются следствием принципа кооперации.

¹⁶ Grice H. P. Logic and Conversation. Cambridge, Mass., 1975.

Максима количества

а. Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога).

б. Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Говорите только то, что необходимо для достижения цели; не сообщайте лишней информации. Соблюдение этой максимы зависит от уровня информированности коммуникантов, их эмоционального состояния. Нарушение (недостаток информации или сообщение лишней информации) максимы количества может привести к коммуникативной неудаче, прекращению общения, срыву деловых переговоров.

Максима качества

а. Не говори того, что ты считаешь ложным.

б. Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

Говорите только правду, только то, что можно доказать; не лгите, не сообщайте непроверенную, недоказанную информацию. Соблюдение этой максимы зависит от этических позиций коммуникантов: нарушение (сообщение заведомо ложной информации) может привести к временному коммуникативному успеху, достижению поставленной цели, но впоследствии полностью разрушит отношения между коммуникантами.

Максима релевантности

а. Будь релевантным.

б. Не отклоняйся от темы.

Соблюдение данной максимы приводит к успеху в рамках формальной коммуникации: деловые переговоры, научная дискуссия; в неформальной коммуникации соблюдение максимы релевантности поможет избежать нарушения максимы количества и качества, а следовательно, и коммуникативной неудачи. «Много раз я сожалел о словах, которые произносили уста мои, но о молчании я не жалел никогда» (преподобный Арсений Великий).

Максима способа (манеры)

а. Будь последовательным. Избегай неясности.

б. Избегай неоднозначности, двусмысленности.

с. Будь краток (избегай ненужного многословия).

д. Излагай свои мысли четко. Будь организован.

Соблюдение данной максимы возможно при высоком уровне речевой компетентности человека: умение выразить мысль точно, доступно для собеседника, исключить двусмысленность; разное толкование вырабатывается сознательными усилиями человека.

Важным для понимания концепции принципа кооперации является тот факт, что Г. П. Грайс исходит из представления об общении как о максимально

рационализированном процессе обмена информацией, сходном с любой другой совместной деятельностью на основе следующих свойств:

1. Участники взаимодействия имеют общую ближайшую цель (в случае с вербальной коммуникацией целью может являться само стремление продлить коммуникацию);

2. Вклады участников должны быть согласованны, взаимозависимы;

3. Между участниками коммуникативного события существует эксплицитно или имплицитно выраженное соглашение продолжать взаимодействие в рамках избранного жанра до тех пор, пока данное соглашение не будет разорвано обеими сторонами.

Задание 9. Максимумы кооперации, описанные Г. П. Грайсом, показывают важность четырех категорий, значимых для оперирования данными: количество и качество информации, отношение к коммуникативному партнеру, способ подачи информации. Обсудите с преподавателем, как реализуются максимумы количества, качества и релевантности и максима манеры: 1) в деловой коммуникации, 2) в семейной коммуникации, 3) в дипломатической коммуникации.

1.2.2. Общие принципы коммуникации: принцип вежливости

Для успешной коммуникации недостаточно соблюдения только принципа кооперации Г. П. Грайса. Чтобы избежать конфликтной ситуации, необходимо следовать установке на вежливость. Впервые принцип вежливости был выдвинут в 1973 г. американским ученым Робин Лакофф, которая сформулировала следующие правила: 1) не навязывай своего мнения; 2) давай собеседнику возможность выбора; 3) будь доброжелателен¹⁷.

Позже более детально принцип вежливости исследовал Джордж Лич¹⁸, который выделяет следующие максимумы вежливости:

1. Максимум такта

Соблюдай дистанцию, не нарушай границы личного пространства собеседника. Не касайся потенциально опасных тем (коммуникативные риски). Быть тактичным — значит вести себя в соответствии с правилами, принятыми в обществе, соблюдать интересы других людей.

2. Максимум великодушия (необременения собеседника)

Не стоит доминировать над собеседником, нельзя обременять собеседника, связывать его клятвами, обещаниями, вынуждать принимать нужное решение. Собеседник должен быть свободен в выборе принять или отказаться от предложения. Данная максима не дает одному из собеседников в разговоре доминировать над другим, навязывать ему свою позицию.

¹⁷ См.: *Lakoff R. T. The Logic of Politeness: Minding Your P's and Q's. Chicago, 1973.*

¹⁸ См.: *Leech G. Principles of Pragmatics. London ; New York, 1983.*

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru