Зубова Нина Николаевна,

кандидат филологических наук

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

на тему:

«Языковые особенности

профессиональной коммуникации менеджера»

Вологда

2019

Содержание

[Введение 3](#_Toc2614781)

[Глава 1. Теоретические аспекты изучения особенностей профессиональной коммуникации менеджера 5](#_Toc2614782)

[§ 1. Соотношение понятий «коммуникативное» и «речевое» поведение 5](#_Toc2614783)

[§ 2. Особенности деловой переписки менеджеров 6](#_Toc2614784)

[§ 3. Особенности профессиональной коммуникации менеджеров 9](#_Toc2614785)

[§ 4. Стратегии эффективной речевой коммуникации современного менеджера 11](#_Toc2614786)

[Глава 2. Анализ языковых особенностей коммуникации менеджера 13](#_Toc2614787)

[§ 1. Методы исследования 13](#_Toc2614788)

[§ 2. План исследования 13](#_Toc2614789)

[§ 3. Описание хода и результатов исследования 14](#_Toc2614790)

[Глава 3. Анализ результатов исследования языковых особенностей профессиональной коммуникации менеджера 17](#_Toc2614791)

[§ 1. Социально-профессиональная коммуникативная роль менеджера 18](#_Toc2614792)

[§ 2. Причины коммуникативных неудач в речи менеджера 19](#_Toc2614793)

[Заключение 22](#_Toc2614794)

[Список литературы 24](#_Toc2614795)

[Приложение 26](#_Toc2614796)

[Деловые письма, составленные студентами-менеджерами во время учебной практики 26](#_Toc2614797)

# Введение

|  |  |
| --- | --- |
|  | *Руководство – это способность побудить другого человека делать то, что нужно, когда нужно и как нужно, как будто он сам этого хочет.*  ***Дуайт Д. Эйзенхауэр*** |

В динамично развивающихся рыночных условиях важное место в процессе подготовки специалистов играет конкурентоспособная компетентная личность. Компетенции формируются в процессе аудиторной и внеаудиторной деятельности и включают общекультурные и общепрофессиональные компоненты. Основной целью профессиональной подготовки бакалавра и магистра менеджера является приобретение определенных профессионально направленных компетенций в соответствии с новыми требованиями, предъявляемыми Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

**Актуальность работы** обусловлена необходимостью осуществления делового общения, ведения переговоров, совещаний, владения навыками публичных выступлений. Помимо перечисленных компетенций менеджеру необходимо осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации [ФГОС ВО].

В последние годы был опубликован ряд обзорных работ, посвященных современному состоянию официально-делового стиля и его особенностей. Так, работа Н. В. Юдиной и Е. А. Кузнецовой посвящена описанию языкового портрета современного финансиста [Юдина, Кузнецова, 2016]. А. П. Панфилова [Панфилова, 2004] в учебном пособии дает характеристику деловой коммуникации в профессиональной сфере. Этой теме посвящены работы М. В. Колтуновой [Колтунова, 2005], А. А. Мирошниченко [Мирошниченко, 2011], Ю. В. Шатина [Шатин, 2002] и других исследователей. Современные исследователи описывают особенности профессиональных коммуникаций, коммуникативного поведения [Стернин, 2010; Черничкина, 2007]. Однако в этих работах отдельно не выделяется термин «профессиональная коммуникация менеджера», что еще раз доказывает актуальность нашего исследования.

**Целью** данной работы является рассмотрение языковых особенностей профессионального общения менеджера. Для достижения этой цели необходимо выполнить ряд **задач**:

1. изучить теоретические аспекты решения вопроса, дать характеристику понятийного аппарата;
2. проанализировать нерешенные аспекты проблемы: провести исследование, характеризующее возможности языкового общения профессионального становления менеджера;
3. дать оценку полученным результатам, сделать соответствующие выводы.

**Предмет изучения**: система вербально-семантических свойств говорящих субъектов.

**Объектом изучения** выступает совокупность языковых особенностей деловой переписки студентов-менеджеров в ситуациях профессиональной коммуникации. В процессе изучения данной темы нами было собрано и проанализировано 10 типичных деловых писем, оформленных студентами-менеджерами во время учебной практики.

**Гипотеза исследования**: студенты-менеджеры в процессе ведения профессиональных переговоров и деловой переписки используют официально-деловой стиль. Это свидетельствует о высоком уровне коммуникативной компетентности и повышает имидж и фирменный стиль профессии.

Наблюдения и выводы работы, а также используемый в ней речевой материал могут быть использованы в процессе обучения студентов-менеджеров деловому стилю на младших курсах.

# Глава 1. Теоретические аспекты изучения особенностей профессиональной коммуникации менеджера

Целью высшего образования является подготовка конкурентоспособных профессионалов, умеющих вести переговоры, владеющих навыками официально-делового стиля будущих управленцев. Большой экономический словарь А.Б. Борисова дает следующее определение термина: менеджер (англ. manager) – «управляющий, специалист по управлению производством и обращением товаров, работающий по найму» [Борисов, 2003: с. 342]. Целью менеджера является решение определенных коммерческих задач с учетом общих интересов собеседников.

## § 1. Соотношение понятий «коммуникативное» и «речевое» поведение

По данным исследователей коммуникации являются важнейшей частью профессиональной деятельности управленцев и занимают 60% рабочего времени. По мнению Т. П. Хохловой, «коммуникацию в организационном поведении можно определить как сложную систему информационного взаимодействия, включающую все виды деятельности организации и ее связи с внешним окружением» [Хохлова, 2015].

Речевое поведение как одна из фундаментальных категорий научного исследования подвергалось анализу в работах многих исследователей. И. А. Зимняя в своем труде «Лингвопсихология речевой деятельности» понимает «речевое поведение» [Зимняя, 2001] как форму социального поведения человека, в котором проявляется его речевая деятельность. Профессор В. И. Карасик отмечает в «речевом поведении» осознанную и неосознанную систему поступков, которые раскрывают характер и образ жизни человека [Карасик, 2004]. Получается, что коммуникативный аспект является первостепенным в трактовке термина «речевое поведение».

Исходя из этого, дадим известные определения термину «коммуникативное поведение». И. А. Стернин понимает коммуникативное поведениекак «совокупность реализуемых в коммуникации правил и традиций общения той или иной лингвокультурной общности» [Стернин, 2010]. При этом в совместной работе «Русские: коммуникативное поведение» И. А. Стернин и Ю. С. Прохоров отмечают, «речевое поведение» и «коммуникативное поведение» являются полнотекстовыми синонимами, поскольку у них один предмет описания – общение народа [Прохоров, Стернин, 2016]. Основные элементы коммуникативного поведения описаны в монографии В. В. Соколовой [Соколова, 1995]. Среди них можно выделить следующие: употребление этикетных формул, продолжительность общения между собеседниками, интервалы и периодичность встреч, темы и приоритеты общения.

Мы понимаем под «коммуникативным поведением» весь комплекс отношений между собеседниками, включенными в диалог. Данная работа посвящена описанию вербального поведения собеседников – составителей деловой переписки. Кроме этого, по нашему мнению, коммуникативное поведение подразумевает включение невербального компонента: мимика, жесты, тон, обстановка, продолжительность речевого общения.

## § 2. Особенности деловой переписки менеджеров

Роль письменной коммуникации в профессиональной деятельности специалистов-управленцев очень велика. Письменная речь должна быть составлена грамотно, логично, кратко и соответствовать уровню образования реципиента. В то же время достоинством деловой переписки должно быть возможное угадывание вопросов клиента. Ограниченностью коммерческих предложений является отсутствие невербального общения в процессе переписки: интонация, мимика, жесты, язык телодвижений, поза, дистанция, контакт глаз являются недоступными для собеседников. Однако менеджер обладает рядом преимуществ, создавая предложения клиенту: в его расположении расположение текста, абзацев, интервалов, различные шрифты и способы выделения отдельных фрагментов текста.

Кандидат наук В. И. Михалкова в своей статье «Письменная речь в курсе русского языка для деловых людей» [Михалкова, 1997] приводит такой пример: менеджеры по продажам «Кока-колы», винтовых свай, кабелей и проводов в деловой переписке используют одни и те же разновидности языковых жанров, такие как пресс-релиз, проспект, преамбула каталога, деловое письмо, коммерческое предложение, рекламное объявление. Это говорит о том, что менеджеры разных фирм выполняют одни и те же профессиональные задачи. Получается, что каждая разновидность деловой переписки включает в себя определенный набор смысловых блоков:

1. название организации, ее история создания и направление деятельности;
2. предложение товаров и услуг потенциальному потребителю;
3. приглашение к долговременному сотрудничеству, поиск клиентов;
4. условия оплаты и доставки;
5. контактная информация, реквизиты фирмы.

Особенностью вербального общения является предельная корректность и вежливость по отношению к заказчику. В табл. 1 приведены наиболее актуальные ситуации общения и возможные реакции менеджера в данных ситуациях.

Таблица 1

Актуальные ситуации делового общения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Ситуация | Предполагаемые ответы менеджера |
|  | Удовлетворение, удовольствие, радость | А) Мы удовлетворены результатами нашего совместного проекта.  Б) С удовольствием сообщаем о реализации всей партии Ваших сумок. |
|  | Надежда | А) Мы искренне надеемся на продолжение работы над созданием этого продукта.  Б) Мы выражаем надежду, что Вы по достоинству оценили наши изделия. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Ситуация | Предполагаемые ответы менеджера |
|  | Сожаление, огорчение | А) К сожалению, Ваше предложение не соответствует корпоративной политике нашей фирмы.  Б) Сожалеем, но вынуждены сообщить, что наша организация будет подвержена реорганизации.  В) Мы очень сожалеем, что не сумели убедить клиента приобрести Вашу продукцию. |
|  | Беспокойство, волнение, опасение | А) Мы опасаемся, что параметры Ваших винтовых свай окажутся крупнее вместительной способности наших машин.  Б) Мы обеспокоены нарушением графика поставки товаров.  В) Нас волнуют вопросы эффективности предлагаемых товаров и услуг. |
|  | Удивление | А) К нашему большому удивлению эти услуги не пользуются спросом в Китае.  Б) Мы были приятно удивлены, получив сообщение о выигрыше в конкурсе «100 лучших товаров России». |
|  | Уверенность, вера | А) Мы верим в успех нашего дальнейшего совместного предприятия.  Б) Мы уверены в увеличении спроса на наращивание ногтей в этом городе.  В) Мы с уверенностью в успехе выходим во II этап «Всероссийского конкурса грантов». |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Окончание таблицы* | | |
| № п/п | Ситуация | Предполагаемые ответы менеджера |
|  | Желание, намерение, стремление | А) Мы хотим обсудить с Вами причины расторжения контракта.  Б) Нам хотелось бы наладить поставки товара в Ваш город.  В) Мы намерены продолжать сотрудничество с фирмой конкурентов. |

Наличие определенных лексических, морфологических и синтаксических особенностей деловой письменной речи в процессе коммуникативного поведения собеседников способствует обогащению устной речи. Такие требования помогают грамотно и лаконично выражать свои мысли, контролировать соблюдение стилистических и грамматических норм речи. Письменная речь, по нашему мнению, в этой ситуации выступает средством обучения менеджеров.

## § 3. Особенности профессиональной коммуникации менеджеров

Менеджер в своей профессиональной деятельности ежедневно выполняет разные социальные роли: информационные, межличностные и роли, связанные с принятием решений. Дадим краткую характеристику выполняемых ролей в табл. 2.

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Выполняемая роль | Функции менеджера |
|  | Информационная роль | а) Переписка с клиентами;  б) ответы на телефонные звонки;  в) получение и передача информации коллегам;  г) составление планов и отчетов;  д) подготовка докладов и презентаций. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Окончание таблицы* | | |
| № п/п | Выполняемая роль | Функции менеджера |
|  | Межличностное общение | а) Проведение различных мероприятий;  б) встречи с заказчиками;  в) подписание документов;  г) организация внешних связей с партнерами. |
|  | Роли, связанные с принятием решений | а) урегулирование способов разрешения конфликтных ситуаций;  б) участие в переговорах и совещаниях;  в) принятие решений в спорных вопросах. |

Помимо этого деловое общение строится с учетом возможных способов коммуникативного воздействия, описанных Т. П. Хохловой [Хохлова, 2015]: убеждения, внушения, заражения, подражания, принуждения и конфронтации.

Соглашаясь с профессором И. А. Стерниным, мы рассматриваем «коммуникативную стратегию как потенциально осознаваемый план решения проблемы в достижении коммуникативной цели» [Стернин, 2010: с. 102]. Реализуя коммуникативную стратегию, собеседники воздействуют друг на друга с помощью речевых высказываний. Гибкость речевой стратегии обеспечивается динамическим характером речевых тактик менеджера.

Для выполнения профессиональных функций управления (планирования, организации, руководства и контроля) необходимы гибкость мышления и навыки стратегического решения профессиональных задач, которые являются необходимым компонентом профессиональной коммуникации менеджера, так как большинство функций управления реализуется через коммуникацию.

## § 4**. Стратегии эффективной речевой коммуникации современного менеджера**

Стратегия речевого поведенияпредставляет собой способ (линию) речевого поведения говорящего, который в определенной коммуникативной ситуации соотносится с конкретными задачами его взаимодействия с другими людьми. Знание особенностей стратегий речевого поведения имеет большое значение, ведь именно выбранная стратегия коммуникативного взаимодействия обусловливает общее развитие разговора, которое может быть полностью осмыслено только на этапе заключительных реплик, поскольку правил «управления» диалогом не существует, поэтому любой аспект прагматических характеристик деловой коммуникации может иметь решающее влияние на характер исхода беседы.

Среди коммуникативных стратегий поведения современного менеджера наиболее распространены следующие:

1. Стратегия информационной полноты.

Стратегия информационной полноты реализуется в использовании языковых средств с различной степенью обобщенности и детализированности, развернутости и свернутости.

1. Стратегия логической ясности.

Данная коммуникативная стратегия требует от современного менеджера достаточных оснований для того или иного сообщения, убедительности и доказательности его суждений.

1. Стратегия краткости.

Данная коммуникативная стратегия предписывает коммуниканту организовывать процесс своей речевой деятельности, исходя из необходимости экономии языковых средств.

1. Стратегия стандартизованности.

Данную коммуникативную стратегию можно назвать наиболее характерной, поскольку она находит свое выражение на всех языковых уровнях (терминологическая лексика, клишированные конструкции, устоявшиеся модели и стандартные обороты), а также на внеязыковом уровне.

1. Стратегия вежливости.

Грубость недопустима в речевом общении, а такт, великодушие, одобрение и скромность только способствуют осуществлению коммуникативного взаимодействия.

1. Стратегия социального престижа.

Обусловливая специфику речевого поведения менеджера, мотив престижа в значительной степени реализуется в его речи как маркер носителя высокого социального статуса.

Таким образом, первые пять коммуникативных стратегий в профессиональной деятельности менеджера определяются общей спецификой официальной атмосферы и особенностями официально‐делового стиля, предъявляющего к говорящему требования в информативности, точности, ясности, лаконичности, нормированности и стереотипности, а также во многом демонстрируют действие основных коммуникативных принципов и этических норм в сфере делового общения. Шестая стратегия отражает специфику речевого поведения современного менеджера в ситуациях полуофициального характера.

# Глава 2. Анализ языковых особенностей коммуникации менеджера

Глава посвящена описанию методологической базы, подробного хода исследования и полученных результатов.

## § 1. Методы исследования

Современный менеджер в рамках его профессиональной деятельности ежедневно включается в непростой и многоаспектный коммуникативный процесс. При этом от уровня эффективности речевой коммуникации менеджера во многом зависит его профессиональное самоопределение.

Основными методами исследования языковых особенностей профессиональной коммуникации менеджера являются:

1. *методы теоретического познания*: анализ литературы по теме исследования, изучение профессиональных образовательных стандартов, анализ и обобщение эмпирических данных, полученных в ходе исследования;
2. *методы эмпирического познания*: педагогическое наблюдение, беседа с преподавателями, опытно-экспериментальная работа, анализ продуктов деятельности студентов.

Методологическая основа и поставленные задачи определили ход исследования.

## § 2. План исследования

Теоретико-экспериментальное исследование состояло из трех этапов:

1. Первый этап был посвящен анализу литературы по проблематике исследования, формулировкам целей, задач, методов предполагаемого исследования. Нами было проанализировано 17 источников, посвященных тематике исследования.
2. На втором этапе была проведена экспериментальная работа. Студенты-менеджеры во время учебной практики получили большой опыт в оформлении деловой переписки, ведения переговоров, общения с заказчиками. Именно письма, составленные в ходе выполнения должностных обязанностей управленцев, легли в основу нашего исследования.
3. На третьем этапе производился анализ результатов исследования, обоснование положений и выводов исследования.

## § 3. Описание хода и результатов исследования

В ходе практики студенты-менеджеры самостоятельно выбирали стратегии коммуникативного поведения, планировали содержание бесед с заказчиками и представителями различных компаний, управляли процессом коммуникации.

Систему языковых особенностей профессиональной коммуникации менеджера следует начать с характеристики лексических, морфологических и синтаксических особенностей.

Отметим основные лексические особенности:

1. употребление профессиональной терминологии: *email-маркетинг*, *email-рассылка*, *мессенджеры*;
2. применение функционально-деловой стилистики в тексте письма: *направляющая сторона*; *положение о конкурсе*; *направить бланк справки*;

Морфологические особенности стиля:

1. использование предложно-падежных форм отглагольных существительных: *на основании*, *в отношении*;
2. употребление глаголов со значением долженствования: *разрешить*, *указывать*, *забронировать*, *отправить*;
3. наличие существительных, обозначающих должности и звания: *декан факультета*, *заведующий сектором МО ЦВРиМП*;
4. активное использование производных предлогов: *в течение*, *в связи*;

Синтаксические особенности:

1. употребление сложных синтаксических конструкций, неполных предложений: *слушали*, *приказываю*, *прошу разрешить*;
2. наличие языковых клише: *прошу предоставить мне*, *просим Вас разрешить*.

Следует отметить разную тематику и функциональные особенности исследуемых текстов. Среди них оказались: служебная записка, фрагменты деловой переписки и сообщения общей рассылки.

Проанализируем собранные материалы:

1. Служебная записка.

Она оформлена согласно требованиям, предъявляемым к подобным документам. В ней отражены: данные адресата и создателя с указанием должностей, цель обращения и условия выполнения просьбы.

1. Фрагменты деловой переписки.

Особенностью данного вида текстов является официальное обращение к собеседнику; выражение просьбы, замечаний, дополнений, уточнений, сожаления и др. ситуаций. Тематика текстов соответствует решению рабочих вопросов: бронирование гостиницы для командировки сотрудника, просьба предоставления бланков и образцов, отсутствие на рабочем совещании и проч. Данные тексты отражают межличностные отношения и роли, связанные с принятием решений менеджерами.

1. Информационные рассылки.

Эти тексты мотивационного характера. Они составлены с использованием безличных форм глаголов (*ввести*, *соблюдать*, *торопиться*, *ждать*) и глаголов 2 л. мн. ч. (*приходите*, *не спешите*, *собирайтесь*, *ждите*). Такие тексты рассчитаны на широкую аудиторию разных возрастов. Эти фрагменты демонстрируют информационные роли менеджеров, делающих общие рассылки с рекламным содержанием товаров компании.

Данные письма являются элементами корпоративной переписки с клиентами. В них можно наблюдать содержательность, точность, правильность, четкость формулировок и вежливость по отношению к адресату. К каждому клиенту студенты обращаются на «Вы» с указанием имени и отчества. Это способствует благоприятному формированию корпоративной культуры.

Выделим основные языковые особенности профессиональной коммуникации менеджера:

1. употребление штампов, клише, канцеляризмов в деловой переписке;
2. использование слов только в номинативном значении,
3. отсутствие в речи средств художественной выразительности (эпитетов, метафор, олицетворений, анафор, гипербол и др.);
4. применение в деловых переговорах сложных слов, аббревиатур;
5. преобладание в устной и письменной речи существительных (в т.ч. отглагольных) и глаголов в безличной форме;
6. употребление однородных членов предложения, причастных и деепричастных оборотов в речи;
7. использование сложных предложений с разными видами придаточных (определительных, дополнительных, обстоятельственных).

Все эти средства свидетельствуют о необходимости профессионального владения официально-деловым стилем. Для этого необходимо читать художественную литературу, которая способствует развитию познавательных способностей, эстетического вкуса, речи, внимания и памяти.

# Глава 3. Анализ результатов исследования языковых особенностей профессиональной коммуникации менеджера

В процессе работы нам удалось последовательно проанализировать языковые особенности профессиональной коммуникации менеджера. Мы обозначили основные понятия «речевое» и «коммуникативное» поведение, дали характеристику особенностям делового общения менеджеров, привели ситуации делового общения, рассмотрели роли, выполняемые в ходе работы.

Нам удалось проанализировать 10 деловых писем, выделить их языковые особенности. Возможно, результат получился бы более значительным, если бы исследуемых ситуаций оказалось больше. Однако даже этого количества текстов хватило, чтобы выделить основные лексические, морфологические и синтаксические особенности профессионального общения менеджеров. При этом исследуемые тексты были различной тематики, направленности и функции. Они послужили ярким примером демонстрации различных социальных ролей, ежедневно выполняемых менеджерами. Мы охарактеризовали известные стратегии деловой коммуникации.

В завершении исследования мы пришли к следующим выводам:

1. В современном мире ведущим видом профессиональной деятельности менеджера является коммуникация, специфика которой представляет собой многоплановый процесс развития контактов между субъектами (подчиненными, коллегами, начальством, клиентами, партнерами) и характеризуется значительной сложностью и динамизмом, многофункциональностью и стратегической направленностью.
2. Современные социально-экономические условия обуславливают необходимость в менеджерах, способных реализовывать поставленные цели путем последовательного решения коммуникативных задач; ориентироваться в нестандартных коммуникативных ситуациях, оперативно управлять информацией и принимать управленческие решения.
3. Социально‐профессиональная роль менеджера предполагает его определенное коммуникативное поведение, поскольку он выступает в социальной роли делового коммуниканта. Социально‐профессиональная коммуникативная роль, обусловливая речевое поведение менеджера, способствует созданию ролевого группового представления речи. При этом показателями данной коммуникативной роли становятся наиболее активно используемые лексические единицы и особенности синтаксиса.

## § 1. Социально-профессиональная коммуникативная роль менеджера

Социально-профессиональная роль менеджерапредполагает его определенное коммуникативное поведение, поскольку он выступает в социальной роли делового коммуниканта. Социально‐профессиональная коммуникативная роль, обусловливая речевое поведение менеджера, способствует созданию ролевого группового представления речи.

Социально‐профессиональная коммуникативная роль определяется по следующим признакам: род занятий, образование, позиция в обществе, материальный уровень. Обозначенными признаками данной коммуникативной роли современного менеджера присущи следующие характеристики:

1. Хорошее образование, уровень которого определяется знанием одного или нескольких иностранных языков, а также достаточно развитым навыком работы на компьютере, который считается признаком, объединяющим большинство деловых коммуникантов. Уровень образования, опыт и навыки определенной работы обусловливают степень профессионализма участника делового общения.
2. Характеристика «позиция в обществе» также признается объединяющим признаком, поскольку в основном представители социально‐профессиональной категории менеджеров пользуются значительным авторитетом в самых широких кругах общественности и характеризуются высокой степенью социального престижа, однако внутри одной организации они могут получать различные должности и занимать неравноценные позиции, что и обусловливает иерархический статус участника делового общения, а следовательно, и его роль.
3. По признаку «материальный фактор» современные менеджеры в целом могут оцениваться как деловые коммуниканты, обладающие достаточно высоким материально‐социальным статусом: как правило, по уровню доходов представители экономической сферы (бизнесмены, банкиры, финансисты, менеджеры и др.) стоят в верхних строках различного рода рейтингов. Хотя такие доходы получают лишь представители так называемого топ‐менеджмента, сотрудники среднего и младшего звена также имеют шанс большого заработка и перспективу роста.

Анализ обозначенных параметров дает основания утверждать, что социально‐профессиональная группа менеджеров может быть признана категорией людей, которые обладают высоким социальным статусом: современный менеджер характеризуется уверенной социальной позицией, владением одной из престижных профессий, высоким образовательным и материальным статусом.

## § 2. Причины коммуникативных неудач в речи менеджера

Речевое взаимодействие в любой профессиональной сфере формируется под воздействием различных факторов. Причем данные факторы могут иметь не только языковую природу, но и касаться внеязыковой действительности: на процесс коммуникации зачастую оказывает влияние не только то, что мы говорим, но и то, как мы говорим, а также целый спектр аспектов (отношение коммуникантов к предмету речи и друг другу, определенные действия в речевой ситуации, физическое и психологическое состояние, накопленный опыт, знания, убеждения и др.). Вполне очевидно, что успешность речевого взаимодействия не всегда будет зависеть от выбора коммуникантами языковых средств.

Коммуникативные неудачи могут иметь различный характер и приводить к многообразным последствиям. Так, например, непонимание или неверное понимание одного из партнеров другим может приводить к срыву сделки, формированию конфликтной ситуации; отсутствие прогнозируемой реакции на речь говорящего или негативная реакция на сообщение порой меняет не только эмоциональное состояние партнеров, но и задает новый, непроработанный курс беседе, которая может окончиться не тем, чего от нее ожидали. Протекание любого профессионального разговора, будь то диалог или полилог, определяется взаимодействием различных факторов, которые носят как интралингвистический, так и экстралингвистический характер. В этой связи выявление причин коммуникативных неудач должно распространяться на различные сферы, обусловливающие коммуникативное взаимодействие. Необходимо проанализировать, что относится к неблагоприятным факторам, которые могут приводить к этим коммуникативным неудачам:

1. Некомфортная коммуникативная среда: общение при посторонних лицах, недостаточная степень знакомства, отвлекающие моменты.
2. Сознательное или непреднамеренное нарушение одним из участников речевого взаимодействия равноправия партнеров при осуществлении коммуникативного акта.
3. Излишняя ритуализированность речевого взаимодействия может приводить к тому, что в ходе коммуникации в основном начинают использоваться так называемые ритуализированные реплики, в которых нивелируются основные прагматические характеристики высказывания, заключающие в себе информацию о том, кто говорит, кому адресовано сообщение, что именно говорится, почему это говорится и с какой целью.
4. Нарушение личного информационного пространства, проявляющееся в том, что собеседник сознательно или непреднамеренно может позволять себе неуместное высказывание в адрес своего партнера относительно его действий, индивидуальных характеристик, личной жизни.
5. Нарушение коммуникативного взаимодействия может происходить потому, что один из собеседников не оправдывает коммуникативные ожидания другого ввиду низкого уровня языковой компетенции (незнание значения каких‐либо слов, устойчивых выражений, прецедентных текстов).
6. Несовпадение подходов собеседников к коммуникативному взаимодействию, обусловленное особенностями менталитета.

Следует отметить, что менеджера отличает от других профессий наличие подчиненных и возможность управлять людьми. Эти особенности нужно использовать рационально, поскольку управление должно приносить предприятию эффективность, прибыль и успех. Ежедневно менеджер сталкивается с необходимостью формирования команды, ресурсного обеспечения сотрудников, обучения персонала, поддержки и вдохновения деятельности подчиненных на благо компании.

# Заключение

В процессе исследования языковых особенностей профессиональной коммуникации менеджера мы справились с рядом поставленных перед нами задач:

1. изучили теорию вопроса, разобрали спорные моменты, дали свое определение рассматриваемому термину «коммуникативное поведение»;
2. провели исследование, позволившее выделись основные лексические, морфологические и синтаксические особенности деловой переписки менеджера;
3. проанализировали языковой материал, сопоставили с правилами оформления деловых писем;
4. применили методы теоретического и эмпирического познания на практике по заранее составленному плану исследования.

Нам удалось доказать выдвигаемую гипотезу: студенты-менеджеры в процессе ведения профессиональных переговоров и деловой переписки используют официально-деловой стиль. Более того, этот стиль является основным при выполнении всех профессиональных обязанностей: деловая переписка, ведение переговоров, рассылка информационных сообщений, встречи с клиентами должны быть корректными, профессиональными и нацеленными на результат.

Таким образом, нам удалось достичь цели нашего исследования: выделить языковые особенности профессиональной коммуникации менеджера и дать характеристику его деятельности в фирме.

Конструктивные деловые отношения можно выстроить исключительно на основе положительных форм эмоционального взаимодействия, к которым относятся уважение, доверие, доброжелательность, сочувствие и ряд др.

Возможны ситуации, когда перечисленные цели сочетаются в пределах одного коммуникативного акта менеджера с адресатом, к примеру, письмо‐просьба может начинаться с информирования о положении дел. Безусловно, разнообразие фактов окружающей действительности обусловливает существование бесконечного множества конкретных речевых ситуаций. Однако знание типичных особенностей тех или иных групп этих ситуаций дает возможность легко ориентироваться в каждой из них и выбирать речевые средства, соотносимые с конкретной коммуникативной целью.

Каждый менеджер в деловом общении должен быть тактичен и вежлив по отношению к собеседнику, уметь работать в условиях многозадачности. На протяжении всего времени своего профессионального самоопределения каждый человек должен работать над умением ясно, полно и четко выражать собственные мысли, привлекать внимание слушателей своей речью, воздействовать на собеседников, владеть навыком грамотной письменной и устной коммуникации, а также культурой речи. Это становится определенной характеристикой профессиональной компетентности представителей самых разных специальностей, в том числе и менеджеров, поскольку они в своей должны налаживать контакт с людьми, организовывать и направлять их работу, проводить деловые переговоры, консультировать по самым различными вопросам и т.д. Поэтому речь современного менеджера должна обладать рядом коммуникативных качеств, которые делают ее более эффективной. К числу таких качеств относятся следующие: содержательность, точность, понятность, правильность, чистота, выразительность, богатство и разнообразие, уместность.

Таким образом, грамотного менеджера отличает ясность и глубина мысли, аргументированность и логичность его речи, способность в нужный момент находить самые точные слова для передачи собственных мыслей, умение грамотно формулировать свои высказывания.

# Список литературы

1. Борисов А. Б. Большой экономический словарь – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
2. Зимняя И. А.Лингвопсихология речевой деятельности. – М.: Моск. психол.‐соц. ин‐т; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001. – С. 56.
3. Карасик В. И.Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – С. 8.
4. Колтунова М. В. Язык и деловое общение. Нормы, риторика, этикет. – М., 2000: Экономика. – 152 с.
5. Мирошниченко А. А. Этика деловых отношений. – М.: МИЭМП, 2011. – 86 с.
6. Михалкова И. В. Письменная речь в курсе русского языка для деловых людей // Язык, сознание, коммуникация: сборник статей / Ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: Филология. – Вып. 1. – с. 74-81.
7. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. – Санкт-Петербург, 2004: Знание. – 496 с.
8. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта. Наука, 2016. – с. 45.
9. Рупышева Л. Э., Кокорина А. С. Деловой немецкий язык как средство профессионального становления менеджера (из опыта работы) // Синтез традиций и инноваций: немецкий язык в современном языковом образовании. – Улан-Удэ: Бурятский государственный университет, 2016. – с. 199-204.
10. Соколова В. В. Культура речи и культура общения. – М., 1995. – С. 151.
11. Стернин И. А. Коммуникативное поведение: кол. монография. – Вып. 32. – Академическое общение. – Воронеж: Истоки, 2010. – 194 с.
12. Трусь А. А. Психология управления. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 187 с.
13. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) в редакции Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.16. №7.
14. Хохлова Т. П. Организационное поведение: учебное пособие; рекомендовано Советом учебных заведений РФ по образованию в области менеджмента. – М.: Магистр, 2015. – 512 с.
15. Черничкина Е. К. Лингвистические аспекты обучения коммуникативному поведению / Е. К. Черничкина // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж: ВГУ, 2007. – С. 174-182.
16. Шатин Ю. В. Искусство переговоров. – М., 2002: Бератор-Пресс. – 128 с.
17. Юдина Н. В., Кузнецова Е. А. Языковой портрет современного финансиста: учебник для бакалавров. – М.: Финансовый университет, 2016. – 280 с.

# Приложение

## Деловые письма, составленные студентами-менеджерами во время учебной практики

1

|  |  |
| --- | --- |
|  | Декану факультета экологии  В. Я. Якимову  Зав. сектором МО ЦВРиМП  Поповой А. А. |

**Служебная записка**

3-4 ноября 2015 года в г. Москва пройдет итоговый форум активных граждан «Сообщество», в рамках мероприятия состоится II Всероссийский форум добровольцев. Прошу разрешить участие в форуме студентке факультета экологии, ФЭБТ-41, члену Добровольного студенческого спасательного отряда, Кубинской Любови Геннадьевне.

Зав. сектором МО ЦВРиМП А. А. Попова

2

Добрый вечер, Анна Алексеевна!

Прошу Вас не указывать в тексте письма информацию о том, что проживание за счет направляющей стороны (в бухгалтерии потребуют счет на организационный взнос). Пусть будет просто указано «проезд за счет направляющей стороны».

Если есть положение о конкурсе, то его потом тоже нужно будет приложить к этому приказу.

3

Здравствуйте, скажите, пожалуйста, можно ли мне забронировать гостиницу ИРЯ РАН на 29/30 и 30/31? Если можно, сориентируйте, пожалуйста, по стоимости. Спасибо!

4

Здравствуйте, Анна Александровна!

Простите, что мне не удалось прийти вчера на заседание кафедры: нужно было решить много срочных вопросов по работе.

По поводу дней науки: информация по дидактическому аспекту у меня собрана. Это 2 параграф 3 главы. Именно его я Вам и отправляю сейчас.

Спасибо!

5

Здравствуйте, Александр! Я сегодня обращалась по поводу заказа сувенирной продукции для нашего вуза. Это моя личная почта.

6

Здравствуйте, Татьяна Константиновна!

Скажите, пожалуйста, возможно ли получение справки (с печатью организации) о том, что моя статья принята в печать и будет опубликована в сборнике по итогам Международной научной конференции?

7

Здравствуйте, Ольга Сергеевна! Направляю Вам бланк справки. Спасибо за ответ и содействие!

8

Давно мы вам не писали, самое время ввести чтение нашей рассылки в приятную привычку. За невероятно насыщенный декабрь мы сделали очень много, в том числе и подготовили несколько обучающих материалов, которым и поделимся с вами в ближайших письмах. А сейчас ловите статьи про тренды в продвижении бренда и  подробный анализ необходимости рекламы для бренда.

9

Доброе утро!

Сегодня мы подведем итоги прошедшего года, обсудим тренды, которые захватят весь следующий год. Также, мы раздадим подарки всем зрителям! Обязательно приходите на мастер-класс, ведь в следующий раз мы увидимся только в 2019 году!

10

Email-маркетинг уже начинает покрываться легкой сединой, ведь этот канал используется не один десяток лет. Вначале все письма были людям в новинку – они были интересны и даже немного необычны. Но на сегодняшний день email-рассылка ассоциируется у многих со словом «спам», потому что этим каналом маркетинга не пользуется только ленивый.

Наступает время мессенджеров. Обо всех их преимуществах и о лидах, которые вы можете выделять автоматически, мы подробнее расскажем на сегодняшнем вебинаре.

И не спешите отказываться от рассылок, ведь можно успешно сочетать и email, и мессенджеры, а как это сделать – можете узнать прямо сейчас!