СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ТУРИНДУСТРИИ

Учебно-методическое пособие
для студентов, обучающихся
по направлению 100400 «Туризм»

Омск 2013

Р е ц е н з е н т ы :
доктор педагогических наук, профессор А. И. Кравчук;
кандидат педагогических наук, профессор Н. М. Костихина.

Особенности делового этикета в туриндустрии : учебно-методическое пособие / сост. Н. А. Лукьянова. – Омск : Изд-во СибГУФК, 2013. – 72 с.

В учебно-методическом пособии рассматриваются теоретические и практические стороны делового этикета специалиста туриндустрии. В пособие также включены задания для самоконтроля, самоанализа и рефлексии, ситуативные упражнения, тренинг жестикуляций, ролевые и деловые игры, которые помогут закрепить полученные теоретические знания.

Материалы учебно-методического пособия рекомендуются для студентов очной и заочной форм обучения по направлению 100400 «Туризм» (дисциплина «Деловой этикет и протокол»), а также для студентов тех направлений, чья будущая деятельность связана с реализацией творческих способностей в общении с другими людьми: направление 032101 «Физическая культура и спорт» (дисциплина «Адаптация на рынке труда»); 032100 «Физическая культура» (дисциплина «Основы этики»); 031600 «Реклама и связи с общественностью» (дисциплины «Основы ораторского искусства», «Основы словесного творчества») и др.

Составитель: канд. пед. наук Н. А. Лукьянова.

© ФГБОУ ВПО СибГУФК, 2013

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 4

I. ЭТИКЕТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН 5

II. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ТУРИНДУСТРИИ 10

III. ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА 14

3.1. Этикет приветствий и представлений 14

3.2. Ораторское искусство 16

3.3. Письменное деловое общение 20

3.4. Этикет телефонного разговора 25

3.5. Активное слушание 26

IV. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА 30

4.1. Внешний вид 32

4.2. Мимика 36

4.3. Жесты 36

4.4. Визуальный контакт 38

4.5. Пространственная организация 39

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 41

ПРАКТИКУМ 45

1. Тренинг жестикуляции 45

2. Ролевые игры 54

3. Деловые игры 63

4. Ситуативные упражнения 68

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие деловых отношений с другими странами привело к необходимости знакомства с правилами делового этикета, которым до последнего времени уделялось недостаточно внимания.

Деловой этикет занимает особое место в искусстве поведения. Если, нарушая те или иные нормы поведения, в быту и в обществе вы рискуете, главным образом, своей репутацией воспитанного человека, то в бизнесе такие ошибки могут стоить больших денег и карьеры.

Туристский бизнес – это скоординированные действия множества людей, и эффективность этих действий прямо зависит от их способности налаживать отношения друг с другом. Мало просто быть вежливым и воспитанным человеком. Нужны конкретные знания тонкостей этой области человеческих взаимоотношений.

Деятельность специалиста туриндустрии – это посещение презентаций и вернисажей, это образ жизни, который побуждает налаживать контакты с людьми, говорящими на иных языках и связанных с далекими, подчас экзотическими культурами. Очевидно, что все это предъявляет определенные требования к его поведению, внешнему виду, культурному кругозору, знанию иностранных языков и др.

Знания и умения делового этикета определяют успешность профессиональной деятельности, способность применять коммуникативные знания к выполнению своих обязанностей: конкретные действия, приемы, психологические «техники». В учебном пособии рассматриваются особенности делового этикета специалиста в сфере туризма через вербальные основы (этикет приветствий и представлений, ораторское искусство, умение вести переговоры по телефону, письменное деловое общение, знание и умение использовать психологические приёмы речевого этикета, активное слушание); невербальные основы (внешний вид, визуальный контакт, умение интерпретировать мимику и жесты).

I. ЭТИКЕТ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Приличие – это наименее важный
из всех законов общества и наиболее чтимый.

Ф. Ларошфуко,
французский писатель-моралист (1613–1680)

Межличностное общение выступает необходимым условием бытия людей, без которого невозможно полноценное формирование личности.

Общение – это условие и универсальный способ существования человека и общества, в процессе которого происходит обмен опытом, материальными и духовными ценностями, вырабатываются общие нормы, принципы, идеалы, установки, взгляды в различных сферах жизнедеятельности [2; 18].

Сложившиеся нормы нравственности являются результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми. На протяжении своего существования человечество выработало различные способы общения, которые, отражая объективные потребности коллективного образа жизни людей, становились все разнообразнее по мере развития самого общества. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные и семейные отношения, так как люди не могут существовать, не считаясь друг с другом, не налагая на себя определенных ограничений [7; 12; 18].

Совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращения и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда) составляют этикет.

Вместе с тем, требования этикета не являются абсолютными. Нормы этикета, в отличие от норм морали, являются условными, они носят характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей считать общепринятым, а что нет.

Этикет – слово французского происхождения, означающее манеру поведения. К нему относятся правила учтивости и вежливости, принятые в обществе. Слово «этикет» во французском языке имеет два значения: 1) ярлык, этикетка, надпись; 2) церемониал, ритуал [56].

Само содержание термина «этикет» многозначно и зависит от того, что выделяется в качестве объекта рассмотрения – вся совокупность этически определенных норм и правил поведения и общения, принятых в социуме, или берется тот конкретный, индивидуальный для определенного круга людей набор внешне проявляющихся форм поведения и общения.

Этикет изучают прежде всего как феномен в области культуры общения, при этом в качестве синонимов часто употребляют такие словосочетания, как «правила поведения», «нормы поведения», «формы общения», «стандарты поведения», «правила вежливости» и т. п. Употребление их в качестве синонимов термину «этикет» хотя и является формально правильным, но в них учитывается только видимая, внешняя сторона. Поскольку этикет помимо внешне проявляемых форм поведения и общения имеет глубокое смысловое и нравственное содержание, то такие термины, как «стандарты поведения», «правила вежливости» или «формы символического общения», не могут являться верными.

Рассмотрением структуры современного этикета занимались и занимаются многие авторы. В частности, Э. Я. Соловьев [56] предлагает следующую структуру современного этикета: формы (речевая, неречевая), виды (придворный, воинский, дипломатический, общегражданский) и подвиды (брачный, семейный, спортивный, и др.) этикета.

Речевая форма этикета – это вербальное выражение уважительного отношения к людям и проявляется она в словесной форме: в речи, манере обращений и приветствий, умении вести беседу, высказывать критическое замечание, участвовать в споре, говорить комплименты.

Неречевая форма этикета включает в себя поступки и действия, с помощью которых проявляется уважительное отношение к окружающим. Все действия, поступки, манеры человека так или иначе характеризуют его как хорошо воспитанного, владеющего поведенческой культурой, или, наоборот, как недостаточно подготовленного к жизни в современном обществе.

Виды этикета:

а) придворный этикет – строго регламентированный порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов (с учетом национальных особенностей);

б) воинский этикет – свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

в) дипломатический этикет – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на различных дипломатических приемах, визитах, переговорах;

г) общегражданский этикет – совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом. Для него характерны разнообразные формы и функции: присутственный этикет (гости, приемы, рестораны, театры и др.), брачный, семейный, спортивный, корпоративный, деловой, этикет путешествий.

Подвиды этикета определяются характером ситуации, в которой находится человек: на работе, за столом, в гостях и т. д.

Этикет проявляется в разных социальных и профессиональных группах по-разному. Можно говорить об этикете каждой конкретной профессии: юриста, врача, педагога, депутата, министра и т.п. Одни поведенческие правила характерны для всех, другие – отражают определенный вид деятельности.

Среди множества правил И. Н. Курочкина выделяет два таких, которые пронизывают все поведение человека, придавая ему высоконравственный характер. Первое – не ставить людей в неудобное положение, по крайней мере, делать это как можно реже;

второе – поступать с другими так, как хочешь, чтобы поступали с тобой [36].

Э. Фукс в основе любого поведенческого правила выделяет такие нравственные требования, как проявление уважения, дружелюбия, доброжелательности, порядочности. Эти качества необходимы для успешных деловых и личностных контактов. Любовь к людям и стремление их понять помогают найти правильный выход из сложного положения, принять человека таким, каков он есть. Автор отмечает, что в соблюдении этикета важно такое качество, как умение делать все красиво, вызывая своим поведением эстетическое наслаждение и свое собственное, и окружающих лиц. Необходима постоянная работа над собой в этом направлении. Эстетика речи, манер, поступков в сочетании с нравственными нормами лежит в основе этикетного поведения [61].

По мнению А. Мирзоян, внутреннюю культуру человека, его нравственные и интеллектуальные качества во многом отражают манеры. Манеры – это способ держать себя, внешняя форма поведения, обращения с другими людьми, употребляемые в речи выражения, тон, интонация, характерные для человека походка, жестикуляция и даже мимика. Манеры относятся к культуре поведения человека и регулируются этикетом [40].

Д. В. Беклешов хорошими манерами в обществе считает скромность и сдержанность человека, умение контролировать свои поступки, внимательно и тактично общаться с другими людьми [8].

Этикет подразумевает доброжелательное и уважительное отношение ко всем людям, безотносительно к их должности и общественному положению. Он включает в себя учтивое обращение с женщиной, почтительное отношение к старшим, формы обращения к старшим, формы обращения и приветствия, правила ведения разговора, поведение за столом. В целом этикет в цивилизованном обществе совпадает с общими требованиями вежливости, в основе которых лежат принципы гуманизма.

В современном этикете выделяют четыре основных принципа:

- принцип гуманизма и человечности, который воплощается в требованиях быть вежливым, тактичным, корректным, учтивым, любезным, скромным и точным;
- принцип целесообразности действий, в соответствии с которым этикет позволяет человеку вести себя разумно, просто и удобно для него самого и для окружающих;
- принцип красоты, или эстетической привлекательности поведения;
- принцип следования обычаям и традициям той страны, в которой находится человек в данное время.

Вопросы для контроля

1. Совокупность каких правил составляет этикет?
2. В переводе с французского слово «этикет» имеет два значения. Какие?
3. Какие формы, виды, подвиды содержит в себе структура современного этикета по Э. Я.Соловьеву?
4. Охарактеризуйте следующие виды этикета:
   - придворный;
   - военный;
   - дипломатический;
   - общегражданский.
5. К какому из вышеназванных видов относится деловой этикет?
6. Дайте характеристику четырем основным принципам этикета.
7. Как вы понимаете высказывание М. Сервантеса (1547–1616): «Ничего не стоит так дешево и не ценится так дорого, как вежливость»?

II. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ТУРИНДУСТРИИ

Тема делового этикета возникла и развивалась в связи с формированием и разработкой деловой этики.

Деловой этикет – это сравнительно новый вид этикета, востребованный условиями формирования и развития современной цивилизации. Возникнув на основе роста рыночных связей и многообразных форм общения между субъектами деятельности, он реализует прежде всего межгрупповые отношения, поэтому регулирует отношения фирмы, организации, учреждения с клиентами, заказчиками, партнерами, т. е. внешние отношения на всех уровнях, включая международный.

Проблема формирования делового этикета особенно актуальна в настоящее время. Это и понятно: современным обществом востребованы прежде всего профессионалы своего дела, а для целого ряда профессий категории «человек – человек» владение культурой общения и, в частности, деловым этикетом – важнейшее профессиональное качество [32; 52].

А. Д. Барышева выделяет основные правила этикета предпринимательской деятельности: уважение партнёров по бизнесу; целеустремлённость; верность слову; честность и правдивость; внимательность к людям; постоянное совершенствование [7].

Современный деловой этикет – это глубокое знание приличий, умение держать себя в коллективе так, чтобы заслужить всеобщее уважение и не оскорбить при этом своим поведением другого.

Знание правил делового этикета помогает избегать промахов или сгладить их доступными, общепринятыми способами. Поэтому смысл этикета делового человека можно определить как формирование таких правил поведения в обществе, которые способствуют взаимопониманию людей в процессе общения. Второй по значению функцией делового этикета является функция удобства, то есть целесообразность и практичность. Начиная

с мелочей и до самых общих правил, деловой этикет представляет собой приближённую к повседневной жизни систему. Ведь важнейший принцип этикета – поступать по этикету необходимо не потому, что так принято, а потому, что так целесообразнее, удобнее, уважительнее по отношению к другим и самому себе. Практически во всём мире деловой этикет стал нормой деятельности. Это произошло потому, что этикет в силу своей жизненности создаёт приятный психологический климат, способствующий деловым контактам [11; 17; 28; 29; 45; 60; 69].

В работах ряда зарубежных авторов, таких как Дж. Ягер, Ниренберг Дж. Калеро, Ж. Данкел, Дж. Честара, при рассмотрении содержания понятия «деловой этикет» основной акцент делается на нормы служебного этикета, а также на психологию делового общения и межличностные отношения.

По мнению Дж. Ягер, деловой этикет – это соблюдение правил культурного поведения, уважительного отношения к человеку. Он сформулировал шесть основных заповедей делового этикета:

1. Делайте все вовремя. Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип «вовремя» распространяется на отчеты и любые другие поручаемые вам задания.

2. Не болтайте лишнего. Смысл этого принципа в том, что вы обязаны хранить секреты учреждения или конкретной сделки так же бережно, как и тайны личного характера. Никогда никому не пересказывайте того, что вам приходится иногда услышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни.

3. Будьте любезны, доброжелательны и приветливы. Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные могут сколько угодно придираться к вам, это неважно: все равно вы обязаны вести себя вежливо, приветливо и доброжелательно.

4. Думайте о других, а не только о себе. Внимание должно проявляться не только в отношении клиентов или покупателей, оно распространяется на сослуживцев, начальство и подчиненных. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и

подчиненных. Не начинайте сразу возражать, когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.

5. Одевайтесь как положено.

6. Говорите и пишите хорошим языком [69].

Вопросы для контроля

1. Назовите причины повышения внимания к деловому этикету.
2. Дайте формулировку понятия «деловой этикет».
3. Назовите основные принципы делового этикета.

В условиях современного общества туризм является одной из значимых сфер человеческой активности. Пристальное внимание государственных и коммерческих структур к развитию данной области объясняется возможностью разрешения ряда экономических и социальных проблем. Так, некоторые виды туризма определены как приоритетные в программах государственной политики. Эффективность функционирования туризма обусловлена рядом факторов, среди которых особенно весомым является профессиональная культура работников [24; 25; 30; 33].

К специалисту в области социально-культурного сервиса и туризма предъявляются требования не только высокого профессионализма, но и глубокого понимания принципов общения, знания делового этикета [9; 22; 43].

Как отмечает А. М. Руденко, деловой этикет в сфере социально-культурного сервиса и туризма – установленный порядок поведения сотрудников туристского предприятия по отношению к клиентам и основы взаимоотношения всего персонала между собой [53].

Р. Н. Ботавина выделяет следующие принципы делового этикета, которые находят своё отражение и в туристской отрасли:

здравый смысл, свобода, этичность, удобство, целесообразность, экономичность, непринужденность, консерватизм, универсализм, эффективность [12].

По мнению А. М. Руденко, сотруднику в сфере социально-культурного сервиса и туризма в целях оптимизации своей деятельности на сегодняшний день недостаточно быть просто вежливым и доброжелательным. В деловом этикете общие принципы приобретают специфическую окраску, что выражается в следующих основных правилах: будьте пунктуальными и точными во всём; учитывайте не только свои, но и другие интересы; говорите грамотно и красноречиво; старайтесь сдерживаться в высказываниях; одевайтесь соответственно [53].

Специалист в сфере социально-культурного сервиса и туризма должен владеть навыками обслуживания туристов в офисе и искусством экскурсионной деятельности [5; 70].

Основой обслуживания клиента в офисе служат следующие компоненты: этикет приветствий и представлений; активное слушание; знание психологических приёмов речевого этикета; этикет телефонных разговоров, письменное деловое общение. Основой экскурсионной деятельности является ораторское искусство [15; 31; 48; 50; 58; 66].

Будущий специалист в сфере социально-культурного сервиса и туризма – это работник контактной зоны, поэтому для установления доверительного отношения ему просто необходимо знание и владение невербальным компонентом делового этикета (визуальный контакт, мимика, жесты, пространственная организация, внешний вид) [64; 67].

III. ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Умен ты или глуп, велик ты или мал
Не знаем мы, пока ты слова не сказал.

Саади (ок.1203, 1210–1292)

Всегда и везде человеку сопутствует слово. От того, как и что мы говорим, зависят наши деловые и личностные контакты [21].

В туристской деятельности из-за неправильного поведения или невоспитанности не только теряются деньги, но и рушатся карьеры талантливых сотрудников. Сотруднику в сфере социально-культурного сервиса и туризма незнание этикета, предположим, в форме допущенной грубости к клиенту, может обойтись и потерей уважения со стороны коллег, и лишением заработной платы, и даже увольнением с работы [1; 16; 27; 35; 36; 59].

Вербальные основы делового этикета в сфере социально-культурного сервиса и туризма – это та необходимость, которую следует соблюдать сотруднику по отношению к коллективу и клиентам.

3.1. Этикет приветствий и представлений

Совокупность правил первоначального межличностного взаимодействия, касающихся внешнего проявления отношения к людям, составляет этикет приветствий и представлений [34].

По правилам вежливости первым приветствует: мужчина – женщину; младший – старшего; проходящий – стоящего; опаздывающий – ожидающего.

Деловая сфера вносит в эти правила свои корректировки: здесь главным критерием того, кто должен приветствовать первым, выступает занимаемая должность, а не пол и возраст [53; 64].

Нижестоящий по должности первым приветствует вышестоящего. Однако и это требование не всегда строго выполняется. К примеру, молодой директор туристской фирмы (мужчина), если он хорошо воспитан, должен поздороваться с менеджером (женщиной) первым, хотя она и ниже его по должностному рангу. Что касается ситуации «менеджер туристской фирмы – клиент», то сотрудник должен приветствовать клиента первым, даже если менеджер – женщина, а клиент – мужчина.

При приветствии и прощании кроме слов «Здравствуйте!», «Добрый день!» желательно добавлять имя и отчество собеседника.

«Доброе утро!» говорят до 12.00 часов, «Добрый день!» – до 18.00 часов, «Добрый вечер!» – после 18.00 часов. По правилам хорошего тона, с этими приветствиями не следует обращаться к вышестоящим лицам, лучше сказать традиционное «Здравствуйте!».

Приветствие может сопровождаться рукопожатием. Инициатором рукопожатия должен быть тот, у кого более привилегированный статус в обществе: «прекрасный пол»; человек более старшего возраста или занимающий более высокую должность.

Важным элементом вежливости в деловой жизни является представление. Посредством его можно установить нужные и полезные связи. Этикетом предусмотрены определенные нормы, которыми не следует пренебрегать. Эти нормы указывают, когда и как необходимо представлять и быть представленными. Прежде всего принято представление младшего по возрасту старшему, низшего по иерархии высшему, мужчины – женщине, одного человека – двум или нескольким лицам.

Представители племени масаи, перед тем как приветствовать друг друга плюют на руки.

Жители Тибера во время приветствия снимают шляпу, высовывают язык, а левую руку держат за ухом, как бы прислушиваясь.

Представители племени маори при приветствии прикасаются друг к другу носами.

В Англии женщина на улице, как правило, первая приветствует мужчину, т. к. ей представляется право решать, желает ли она публично подтвердить свое знакомство с данным мужчиной.

Вопросы для контроля

1. Назовите основные правила и критерии этикета приветствий и представления.
2. Как вы понимаете пословицу «Потолкуешь с одним – возликуешь, потолкуешь с другим – затоскуешь»?

3.2. Ораторское искусство

Термин «ораторское искусство» античного происхождения. Его синонимом является греческое слово «риторика» и русское – «красноречие», то есть способность и умение говорить красиво и убедительно.

Речь должна быть богатой и разнообразной, чистой, ясной и понятной, точной, правильной, выразительной, яркой, образной.

Структуры выступления:

- вступление 10–15 % от общего времени выступления;
- основная часть 60–65 %;
- заключение20–30 %.

Тему выступления следует тщательно выбирать. Если есть возможность, то нужно остановиться на том, что хорошо знакомо и интересно лично Вам. Тогда это, возможно, будет интересно и значимо для других [26; 57].

Очень важно оценить аудиторию, перед которой Вы будете выступать, и обстановку, в которой будет происходить само

выступление. Чтобы грамотно оценить аудиторию, нужно принять во внимание следующие характеристики:

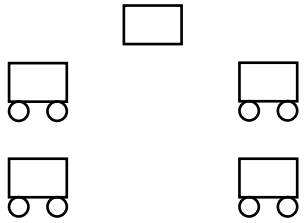
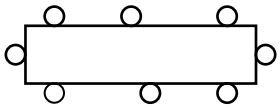
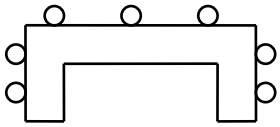
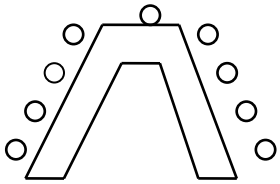
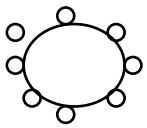
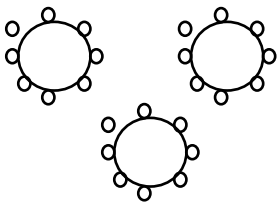
- возраст;
- уровень образования;
- профессия;
- цель прихода людей на выступление;
- уровень заинтересованности в теме;
- уровень осведомленности в данном вопросе.

Желательно заранее поговорить с некоторыми людьми из предполагаемой публики, чтобы лучше узнать аудиторию.

Основные правила выступления перед аудиторией

Чему следует отдать предпочтение	Чего следует остерегаться или не делать вообще
Быть максимально откровенным, не сглаживать проблемы, а показывать причины, их порождающие	Не заигрывать и не льстить аудитории, не идти у нее на поводу
Избегать менторского поучительного тона	Не упрекать аудиторию в незнании, профессиональной и научной некомпетентности
Теоретические положения и суждения подкреплять убедительными примерами, конкретными фактами	Не подчеркивать своего профессионального или научного превосходства
Периодически шутить	Не уклоняться от нерешенных проблем, острых вопросов
Стремиться к сочетанию популярности, научности и доказательности выступления	Не противопоставлять молодых старшим поколениям

Важное значение имеет и размещение слушателей в аудитории. Проксемика – наука о временной и пространственной организации общения – описывает следующие способы.

Способ	Схематическое изображение	Комментарии
Аудиторное размещение		Отделяет оратора от аудитории. Обратная связь затруднена. Большое число участников
«Конференция»		Официально. По субординации. Может вызвать конфронтацию, противостояние мнений
«Подкова»		Способствует взаимодействию. Доступный визуальный контакт. Хорошие возможности контроля
V-образное расположение		Позволяет создать обстановку сотрудничества между общающимися при ведущей роли оратора
«Круглый стол»		Объединяет людей, демократизирует обстановку обсуждения проблем
«Кабаре»		Для работы маленькими группами. Возможны трудности фокусирования внимания

Вопросы для контроля

1. Назовите основные компоненты и временные рамки структуры выступления.
2. Какие характеристики нужно принимать во внимание, оценивая аудиторию, перед которой Вам предстоит выступать?
3. Продолжите: проксемика – это наука…
4. Какие способы размещения аудитории вам известны? Прокомментируйте их.

Задание

Подготовьте выступление (регламент 7 минут) на одну из близких Вам тем.

Запишите своё высказывание на диктофон, попросите большее количество людей прослушать эту запись и выразить своё мнение.

Познакомьтесь с результатами, разберитесь в причинах решений ваших экспертов.

Вопросы для самоанализа

1. Чувствуется ли в высказывании стремление автора:
   - к подробностям;
   - к развёрнутому описанию деталей;
   - к пояснениям;
   - к комментариям.
2. Есть ли в высказывании нестандартные, оригинальные, неожиданные, может даже парадоксальные мысли, выражения, слова, вызывающие интерес к дальнейшему слушанию?
3. Есть ли в голосе автора внутренняя свобода, раскованность, естественность, стремление убедить, что описываемое в высказывании действительно самое, самое.
4. Сколько раз повторяет автор в своём высказывании основную мысль?

5. Есть ли в высказывании определённый настрой на слушателей?

6. Использует ли автор в своём высказывании цитаты, ссылки на произведения из области науки, искусства, публицистики и т. д.?

7. Проявляется ли в высказывании открытость автора, демонстрация его чувств и эмоций, подчёркивание глубоко личных моментов?

8. Какова степень готовности оратора говорить на данную тему?

9. Каково физическое состояние оратора?

10. Как автор подчёркивает важность темы высказывания для себя лично и для слушателей?

11. В каком стиле высказывается автор по отношению к слушателям? (ровном, свысока, робея).

12. Допускает ли автор, выражая свою точку зрения на предмет высказывания, возможность другой позиции?

3.3. Письменное деловое общение

Письменная речь – это самостоятельная целостная целенаправленная речевая структура, обеспечивающая общение с помощью письменного текста.

Профессиональная деятельность специалиста в сфере социально-культурного сервиса и туризма тесно связана с работой с документами. Это деловые письма, отчеты, справки, докладные записки, уставы, инструкции и т.д.

На составление служебных документов и работу с ними специалисты в сфере социально-культурного сервиса и туризма затрачивают от 30 до 70 % рабочего времени.

Деловая документация характеризуется известной стандартизацией, облегчающей её составление, использование и рассчитанной на экономию языковых средств, на устранение неоправданной информационной избыточности.

Существует определенный этикет составления корреспонденции:

- на полученное письмо следует дать ответ в течение недели;
- письмо с благодарностью за оказанное гостеприимство отправляется примерно через неделю после отъезда;
- письмо с поздравлениями по случаю какого-либо приятного события высылается в течение недели со дня получения сообщения об этом событии;
- письмо с выражением соболезнования высылается в течение десяти дней с момента получения сообщения о печальном событии. При этом следует использовать только траурные конверты. Такое письмо требует особой сердечности и не терпит банальных выражений;
- поздравления, благодарности, соболезнования и ответы на них пишутся всегда от руки и никогда карандашом – только ручкой.

Формы написания деловых писем практически одинаковые для всех стран.

Деловые письма пишутся исключительно на белой бумаге и только на лицевой стороне листа. Если текст не уместился на одной странице, следует продолжить на другой странице. По возможности избегайте переноса слов.

Деловое письмо зарубежному партнеру должно быть составлено на языке адресата. При невозможности это сделать – трудности с переводом на редкие языки – допустимо составление письма на английском языке как языке межнационального общения.

Письмо должно быть кратким, четко выражать мысль отправителя и не допускать двояких толкований. В тексте нежелательны исправления и подчистки.

Конверт. На конверте должен быть указан полный и точный адрес получателя вашей корреспонденции. Его принято печатать заглавными латинскими буквами.

В первой позиции адреса – Кому? – указываются фамилия адресата, его должность и полное название учреждения или фирмы. При указании должности допустимо использовать сокращения.

Во второй позиции – Куда? – указываются номер дома, название улицы, название города. При отправлении письма в Англию необходимо указать графство, в США – название штата. В самом конце указывается название страны.

Если письмо вкладывается в конверт с прозрачным окошком, то адрес пишется один раз – в левом верхнем углу письма. При этом письмо складывается таким образом, чтобы адрес получателя просвечивался через окошко конверта.

Адрес отправителя на конверте обычно не указывается, но при необходимости его можно написать на обратной стороне конверта.

Деловое письмо, как правило, состоит из шести частей:

- даты,
- адреса,
- вступительного обращения (пишется с красной строки, представляет собой общепринятую формулу),
- основного текста (для удобства ознакомления должен быть разбит на абзацы; длинные письма не приняты в деловой переписке и целесообразно ограничиться одной страницей: в многостраничном письме каждый лист, кроме первого, должен быть пронумерован),
- заключительной формулы вежливости,
- подписи (должна быть собственноручной).

Деловое письмо складывается текстом внутрь, но лучше его не сгибать, а пересылать в большом плотном конверте.

Задания

1. Назовите основные правила составления деловой корреспонденции.
2. Ознакомьтесь с основными правилами оформления резюме и составьте свое резюме.

15 правил оформления резюме:

1. Резюме должно иметь ярко выраженную структуру и простой язык изложения. У работодателя должно уйти минимум времени на просмотр резюме и принятие решения по нему. В тексте должны бросаться в глаза ваши ключевые способности, достижения, опыт.

2. Резюме должно быть правильно оформленным. При его чтении не должно рассеиваться внимание. Необходимо сочетать аккуратные промежутки, ровные поля и не пренебрегать абзацами.

3. Резюме должно быть кратким. Оптимальный объем – 1 страница. Останавливайтесь подробно на вашем опыте за последние 5–7 лет. Обязательно излагайте смысл грамотно, избегайте второстепенных деталей.

4. Резюме должно быть продуманным. Его содержание должно полностью соответствовать направлению работы, на которую вы претендуете. Если вы можете занимать разные должности, отправляйте несколько резюме.

5. Резюме должно быть доказательным. Приведите результаты вашей последней работы, используя числа и проценты; покажите реальный результат вашей деятельности.

6. Резюме должно быть точным.

7. Резюме должно быть аккуратным. Указывайте на свой положительный опыт, но не хвастайте.

8. Резюме должно быть внешне привлекательным. Используйте качественную бумагу, желательно белую или кремовую.

9. Резюме должно быть простым. Не увлекайтесь графическими рисунками, вычурными рамками. Полностью пишите названия школ, институтов и городов.

10. Резюме должно быть энергичным. Используйте глаголы действия, характеризуя свой опыт: «устроил», «организовал» и проч.

11. Резюме должно быть корректным. Пользуйтесь краткими фразами и не увлекайтесь длинными словосочетаниями. Употребляя при необходимости специфические технические термины, позаботьтесь, чтобы они были понятны неспециалистам.

12. Резюме должно быть безупречным. Не доверяйте компьютерному редактору. Обязательно перечитайте его вслух после написания, чтобы убедиться в отсутствии ошибок и двусмысленностей.

13. Резюме должно быть написано четко. Помните, что неразборчивое резюме чаще всего остается непрочитанным.

14. Резюме должно быть официальным. Не перегружайте его данными личного характера: сведениями о родственниках, вашем весе, росте, здоровье.

15. Резюме должно быть законченным. Работодатели отлично понимают, что если они затребуют рекомендации, то вы их предоставите. Поэтому не пишите в конце резюме «Рекомендации прилагаются».

3. Проработайте следующую литературу:

1. Веселов, П. В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки / П. В. Веселов – М. : ИВЦ Маркетинг, 1993. – 74 с.

2. Ковальчук, А. С. Основы имиджелогии и делового общения : учеб. пособие / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 256 с.

Составьте:

- письмо-извещение;
- информационное письмо;
- письмо-приглашение;
- гарантийное письмо;
- письмо-напоминание;
- письмо-просьбу;
- письмо-запрос;
- письмо-ответ;
- сопроводительное письмо.

3.4. Этикет телефонного разговора

Первый контакт потенциального потребителя с туристской фирмой происходит, как правило, по телефону. Во время разговора уточняется соответствие рекламы реальности, наличие свободных мест, сроки поездки, уровень цен и т. д. Искусство ведения телефонных переговоров состоит в том, чтобы четко и лаконично сообщить всё, что следует, и получить ответ [4].

Для успешного овладения этим искусством сотруднику в сфере социально-культурного сервиса и туризма потребуется наличие таких качеств и навыков, как компетентность, тактичность, доброжелательность, умение оперативно и эффективно решить проблему.

В настоящее время практически у каждого есть мобильный телефон, который позволяет постоянно находиться в пределах досягаемости телефонного звонка. Использование сотовой связи подчиняется требованиям делового этикета. Первым и самым важным требованием является то, что мобильный телефон не должен мешать окружающим. Регулирование громкости, краткость разговора, определённое время звонка позволит эффективно использовать это техническое средство и улучшить работу специалиста.

- Не заставляйте себя ждать. Старайтесь по возможности сразу снимать трубку. Помните, что правила хорошего тона, требуют снимать трубку не позднее третьего звонка.
- Представляйтесь. Никогда не отвечайте на звонок просто «алло». Снимая трубку, назовите турфирму, ваше имя и поздоровайтесь. Этим вы показываете готовность к работе и установлению контакта.
- Улыбайтесь, даже разговаривая по телефону. Как правило, ваш собеседник это чувствует. Улыбка – знак вашей расположенности, она успокаивает собеседника и помогает ему устанавливать контакт. Помните, что ваше настроение передается по телефону.
- Сосредоточьтесь на собеседнике. Следует осознать, что туризм является высоко контактной сферой услуг. Необходимо

избегать крайностей: нельзя говорить слишком быстро или слишком медленно, слишком тихо или слишком громко, нельзя «глотать» слова или растягивать их, а также злоупотреблять просторечиями и сленговыми оборотами. Тон голоса – только доброжелательный и приветливый.

- Получите ответы на основные вопросы. Их следует получить от собеседника обязательно, чтобы иметь полное представление о том, как ему помочь.
- Обеспечивайте четкость ответов. Не стесняйтесь переспрашивать. Заканчивая разговор, давайте конкретные ответы на его вопросы. Необходимо иметь под рукой все материалы для максимально эффективных телефонных продаж.
- Будьте краткими. Разговаривая по телефону, не забывайте о тех, кто хочет дозвониться и, возможно, оставит попытки, если телефон будет долго занят. Если во время вашего разговора раздается еще один звонок, попросите у последнего из позвонивших номер телефона и перезвоните после окончания разговора.
- В ходе разговора по телефону предложите собеседнику отправить ему дополнительную информацию по факсу или почтой. Не забывайте поблагодарить его за звонок.

Задания

1. Выпишите основные правила телефонного разговора.
2. При завершении разговора первым кладет трубку тот, кто позвонил. А как поступить мужчине, который позвонил женщине?

3.5. Активное слушание

Передача информации включает в себя процесс общения между менеджером и собеседником. В этом отношении можно выделить следующие элементы: информирование собеседника;

постановка вопросов; слушание собеседника; наблюдение за реакциями собеседника; анализ реакций собеседника [13; 20;58].

А. В. Опалев отмечает, что умение слушать является одним из главных показателей культуры человека [46].

Простым способом сохранения заинтересованности и внимания в процессе общения является метод нерефлексивного слушания.

Нерефлексивное слушание представляет собой по существу простейший приём и состоит в умении молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Подчас этот метод – единственная возможность, поскольку клиент туристской фирмы может быть эмоциональным, возбуждённым или испытывать трудности в формулировании своих мыслей. Иногда можно прибегнуть к минимизации ответов. Нейтральные ответы («Да!», «Это как?», «Понимаю Вас!») позволяют содержательно продолжить беседу.

Рефлексивное слушание помогает преодолеть ограничения и трудности, возникающие в процессе общения. К видам рефлексивного слушания причисляют: выяснение (обращение к говорящему за уточнениями), перефразирование (формулировка мысли в другой форме) и отражение чувств.

Эмпатическое слушание отличается от рефлексивного установкой, а не приёмами. Цель эмпатического слушания – уловить эмоциональную окраску идей клиента, понять, что на самом деле означает высказанное сообщение и какие чувства испытывает при этом клиент.

Вопросы для контроля

Русская поэтесса Марина Цветаева (1892–1941) писала: «Одно дело слушать, а другое – слышать». Что вы понимаете под этим высказыванием?

В речевом этикете сотрудника в сфере социально-культурного сервиса и туризма большое значение имеют такие психологические приёмы, как формулы вежливости и комплименты, их можно назвать вербальными антидепрессантами.

Формулы вежливости, или формулы «поглаживания», представляют собой устойчивые обороты типа: «Желаем успеха», «Удачи Вам», «Большому кораблю – большое плаванье», «Ни пуха, ни пера», «Счастливо». Широко применяются такие речевые знаки расположения, как «Салют», «Нет проблем», «О'кей» и т. п.

По мнению Э. Я. Соловьева, в речевом этикете деловых людей особое внимание необходимо уделять умению говорить комплименты [56].

Комплимент – элемент речевого этикета, в котором содержится некоторое преувеличение положительных качеств человека. По своей сути комплимент содержит в себе психологический механизм внушения, создания аттракции. Механизм комплимента включает в себя следующее: произнесение приятных слов, преувеличивающих качества собеседника, вызывающих у него чувство удовлетворения, образование положительных эмоций, создание расположения к себе или к обсуждаемому вопросу.

Самый эффективный комплимент – это комплимент на фоне антикомплимента себе самому. Такой контрастный метод побуждает собеседника к ответной любезности. А обмен любезностями – хорошее начало любого разговора. Комплимент содержит в себе ряд смыслов и определенную технологию:

- комплимент должен содержать только один смысл, избегать какой-либо многозначительности;
- комплимент не должен строить гиперболизацию на сопоставлении возможных противоположных свойств;
- комплимент должен однозначно опираться только на собственное мнение;
- комплимент не должен содержать в себе той ложки дегтя, которая может испортить бочку меда. Стиль комплимента различен. Он зависит от объекта (подчиненный, начальник, посетитель,

женщина), от характера (комплимент о личных или деловых качествах), от ситуации и техники, предыдущего контекста разговора и в целом от всей исторической переменной данного вопроса или специфики личных взаимоотношений с объектом комплимента.

Одним словом, комплимент призван доставлять только удовольствие и приятные чувства.

Профессионализм сотрудника проявляется в умении использовать не только явные комплименты, но и скрытые. Разница между ними заключается лишь в большей степени замаскированности скрытых комплиментов. Скрытыми комплиментами считают проявление искреннего интереса к собеседнику, частое употребление его имени.

Задание

Подготовьте:

1. 5–6 комплиментов;
2. 5–6 формул вежливости.

IV. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

Специалисты отмечают, что, вступая в контакт с другими людьми, человек не всегда осознает, что пользуется при этом знаками – единицами условного кода. Это язык, дошедший до нас из глубины веков, своеобразное коммуникативное орудие. Элементарные языки, подобные языку приветственных жестов, варьируются не только от одной национальной культуры к другой, но и внутри самой национальной культуры от одной профессиональной, сословной или половозрастной группы к другой и даже от семьи к семье [3; 19; 23].

Касаясь особенностей языка телодвижений, отметим также, что его проявление обусловлено импульсами нашего подсознания, и отсутствие возможности подделать эти импульсы позволяет доверять этому языку больше, чем обычному вербальному каналу общения [41; 42; 44; 49].

Выделяют несколько функций, которые невербальные сообщения выполняют при взаимодействии с вербальными. Это дополнение, опровержение и замещение вербальных сообщений, а также регулирование разговора.

1. Функция дополнения выражается в том, что невербальные сообщения делают речь более выразительной, уточняют и проясняют ее содержание. Речь можно точнее понять и лучше запомнить, если она дублируется жестами. Это может иметь отношение и при контактах зарубежных гостей с персоналом, не владеющим в достаточной степени иностранным языком. Привлечь внимание гостя или работника гостиницы можно, повышая громкость голоса, делая перед словами паузы или жестикулируя определенным образом (например, поднятый вверх указательный палец – знак «Это важно!»).

2. Функция опровержения выражается в том, что невербальное сообщение противоречит вербальному. Исходя из того, что

невербальное поведение меньше контролируется сознанием, оно может опровергать сказанное. Даже если свою первую реакцию человек контролирует, подлинное состояние обнаружится спустя примерно 4-5 секунд. Улыбка или выражение удивления, которые длятся дольше этого времени, могут указывать на обман. Вот почему полезно наблюдать за соответствием между речевыми и неречевыми посланиями.

3. Функция замещения выражается в использовании невербального сообщения вместо вербального. Например, в холле гостиницы, где собралось много людей, мы жестами сообщаем находящемуся вдали гостю, что такси прибыло и нужно выходить.

4. Функция регулирования выражается в использовании невербальных знаков для координации взаимодействия между людьми. При этом часто используются знаки, замещающие слова: поворот головы в сторону; прикосновение к кому-то, выражающее желание о чем-то спросить и др. Эти и многие другие знаки регулируют течение коммуникации. Знание сферы их применения составляет немаловажную часть коммуникативной культуры специалиста в туриндустрии.

Большинство исследователей разделяет мнение, что словесный (вербальный) канал используется для передачи информации, в то время как невербальный канал применяется для обсуждения межличностных отношений, передачи эмоций, а в некоторых случаях используется и вместо словесных сообщений.

Невербальное общение, по утверждению Н. Н. Обозова, как бы наполняет общение живым человеческим содержанием и особенно важно при передаче эмоциональных состояний, выступая своеобразной формой обращения друг к другу [45].

В работе В. А. Лабунской подвергнут анализу вопрос о функциях невербального общения. Рассматривая невербальное общение в межличностном взаимодействии многофункционально, автор указывает на ряд особенностей этих функций [37]. В частности, автор считает, что невербальное общение:

- создает образ партнера по общению;

- выступает в качестве способа регуляции пространственно-временных параметров общения;
- выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений;
- является индикатором актуальных психических состояний личности;
- выполняет функцию экономии речевого сообщения;
- выступает в роли уточнения, изменения в понимании вербального сообщения, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного;
- выполняет функцию разрядки, облегчения, регулирует процесс возбуждения.

Для успешного ведения дел, продвижения по карьерной лестнице специалисту важно наряду со словесным (вербальным) этикетом учитывать невербальный (бессловесный) деловой язык.

В понятие невербального языка входит не только умение интерпретировать жесты, мимику клиента, но и контролировать своё поведение.

4.1. Внешний вид

С древних времён люди стремились к совершенству. Умение сделать образ, создать у себя и у окружающих уверенность в собственной привлекательности и яркой индивидуальности – это искусство, которое постигается веками. Не последнюю роль в создании образа играет умение одеваться красиво и в соответствии с ситуациями. Особенности внешнего вида человека информируют нас о возрасте, социальной, национальной, профессиональной принадлежности [6; 38].

Специалисты в области имиджа и этикета выделяют три основные зоны, которые обращают на себя внимание при создании впечатления [39; 62].

Верхняя зона – причёска (волосы всегда должны быть чистыми и причёсанными).

Центральная зона – основание шеи, где мужчины носят галстук, а женщины украшения.

Нижняя зона – обувь, её состояние и ухоженность.

Специалист, работающий в сфере туризма, должен помнить, что его внешний вид, манеры информируют клиентов не только о его достатке и материальном положении, но и характеризуют компанию, которую он представляет [53].

Таким образом, специалист в сфере социально-культурного сервиса и туризма своим безупречным внешним видом может произвести благоприятное впечатление на клиента в первые минуты знакомства, когда нет возможности проявить свои интеллектуальные способности. Его образ будет работать на его карьеру и на общий позитивный имидж той фирмы, которую он представляет.

Задание

Подготовьте рефераты на темы:

- Имидж делового мужчины (для юношей);
- Имидж деловой женщины (для девушек).

Рекомендуемое цветовое сочетание элементов мужской одежды

Костюм	Сорочка	Галстук	Ботинки
Серый	Белая, голубая, розовая, цвета слоновой кости	Любого цвета	Чёрные
Тёмно-серый	Белая, светло-розовая, слоновой кости	Красно-чёрный	Чёрные
Тёмно-голубой	Белая, слоновой кости	Серо-красно-бордовый	Чёрные, темно-коричневые

Тёмно-синий	Белая	Бело-красно-голубой	Чёрные
Темно-зеленый	Слоновой кости	Красно-зелёно-коричневый	Коричне-вые
Песочный	Светло-голубая	Тёмно-голубой	Светло-коричне-вые
Светло-коричне-вый	Белая, розовая, табачная	Зелёный, бордовый, красно-чёрный	Коричне-вые
Чёрный	Белая	Серебристо-серый, красно-чёрный	Чёрные

Ключевые факторы, влияющие на положительное впечатление

Фактор имиджа	Женщины	Мужчины
Одежда	Костюм, платье, желательно однотонные, не «кричащих» цветов; не допустима ультракороткая, обтягивающая глубоко декольтированная, безрукавная одежда; стиль одежды должен соответствовать случаю (банкет, деловая встреча, ужин и т.д.), времени года, собственным физическим параметрам; обязательны однотонные чулки, соответствующие сезону	Костюм, преимущественно тёмно-синего, тёмно-серого цвета (в летнее время допустимы светлые тона); рубашки разных цветов для разного рода мероприятий (лучшим цветом считается белый и близкие к нему цвета); галстук должен соответствовать цветовой гамме костюма и рубашки, а также подходить по длине и ширине; носки должны подходить по цвету брюкам или туфлям

Обувь	Элегантные туфли на каблуке, соответствующие цвету одежды	Классические туфли преимущественно черного цвета
Прическа	Неуместны распущенные длинные волосы	Стильная, но не вызывающая стрижка
Макияж	Тонкий макияж	Отсутствие грима, за исключением телевизионных съемок
Аксессуары	предпочтительны украшения из драгоценных металлов и камней, допустима стильная бижутерия, подходящая в целом ко всему облику; минимум браслетов, почти всегда – серьги	недопустимы цепи, браслеты, серьги. Возможно одно кольцо (перстень); заколки и булавки для галстука, запонки – по моде
Галантерея	Элегантный портфель, функциональная дамская сумка, папка	Портфель (дипломат), папка
Сопутствующие элементы	Классические механические часы на кожаном или металлическом браслете	

В брючных карманах могут находиться носовой платок, ключи, зажигалка, небольшая сумма денег.

Во внутренних карманах пиджака могут лежать личные документы, бумажник, очки, небольшой блокнот.

В нагрудном кармане рубашки не должно быть ничего.

Цвет носков ранее подбирали так, чтобы он сочетался с цветом галстука. Сейчас же их подбирают к брюкам и ботинкам. Носки должны быть длинными и на один тон светлее или темнее брюк.

4.2. Мимика

Мимика (от греч. mimikos – подражательный) – внешнее выражение психических состояний, в первую очередь эмоциональных, проявляющееся в совокупности координированных движений лицевых мышц [55].

Согласно мнению специалистов, эффективное общение неосуществимо без адекватной оценки тех чувств, которые испытывает собеседник, партнер и которые выражаются на его лице. Такая оценка является необходимой обратной связью при обращении, вносящей коррекцию в дальнейший ход взаимодействия. Известно, что подвижная мимика свидетельствует об оживленности и быстрой сменяемости восприятия впечатлений и внутренних переживаний, о легкой возбудимости от внешних раздражителей. Малоподвижная мимика в целом указывает на постоянство душевных процессов. Подобная мимика ассоциируется со спокойствием, постоянством, рассудительностью, надежностью. Монотонность и редкая смена форм указывают на слабую импульсивность партнера по общению. Такое поведение характерно при исключительно монотонных душевных состояниях скуки, печали, равнодушии.

Таким образом, можно сделать вывод, что мимическая сторона общения крайне важна для полноценного контакта специалиста в сфере социально-культурного сервиса и туризма и клиента, выражая прежде всего их эмоциональное состояние во время взаимодействия.

4.3. Жесты

Жесты – движения, имеющие сигнальное значение. Это выразительные движения головой, рукой или кистью руки, которые совершают в процессе общения. Как отмечают исследователи, жесты в процессе общения не только сопровождают речь. На основе жестов можно сделать заключение об отношении человека к какому-либо событию, лицу, предмету. Жест также может сказать о желании

человека, его внутреннем душевном состоянии. Особенности жестикуляции человека могут служить основанием для вывода о каком-либо качестве воспринимаемого человека. Именно поэтому жесты относят к выразительным движениям [10; 47; 55].

В литературе встречаются классификации жестов по различным основаниям. Приведем некоторые из них.

По характеру воздействия на воспринимающего можно выделить визуальные, визуально-акустические, визуально-тактильные жесты [47].

Некоторые специалисты предлагают классифицировать жесты следующим образом (при этом отметим, что ими не приводятся основания/критерии данной классификации):

- коммуникативные, выразительные движения, заменяющие в речи элементы языка;
- описательно-изобразительные, подчеркивающие, сопровождающие речь и вне речевого контекста теряющие смысл;
- модальные, выражающие оценку, отношение к предметам, явлениям окружающей среды [37; 41].

Аллан Пиз различает указательные, подчеркивающие (усиливающие), демонстративные и касательные жесты.

Указательные жесты направлены в сторону предметов или людей с целью обратить на них внимание.

Подчеркивающие жесты служат для подкрепления высказываний. Решающее значение при этом придается положению кисти руки.

Демонстративные жесты поясняют положение дел.

При помощи *касательных* жестов хотят установить социальный контакт или получить знак внимания со стороны партнера. Они используются также для ослабления значения высказываний [49].

Чтение жестов помогает сотруднику гостиницы, специалисту в офисе или турфирме осуществлять обратную связь в процессе коммуникации. У него появляется возможность понять, как встречено то, что он говорит. Знание языка жестов и телодвижений позволяет не только лучше понимать гостя, клиента, но и предвидеть, какую реакцию произвело на него услышанное еще до того, как он выскажется по этому поводу.

Задания

Выполните упражнения №№ 3, 4, 6 из тренинга жестикуляции (см. практикум).

Русский жест рукой у горла – «сыт по горло» – для японцев означает «обезглавливание» или «увольнение с работы».

Восторг выражается испанцем или колумбийцем так: сложив три пальца, они прикладывают их к губам и воспроизводят звук поцелуя. Бразилец же возьмется за мочку уха, а японец, вытянув руки вперед, – зааплодирует.

Английский ученый Майкл Арчил во время своего путешествия вокруг света установил, что на протяжении часового разговора финн использует жестикуляцию 1 раз, итальянец – 80 раз, француз – 120, а мексиканец – 180 раз.

4.4. Визуальный контакт

Визуальный контакт (контакт глазами) – исключительно важный компонент процесса коммуникации. Около 80 % чувственных впечатлений человек получает через органы зрения. Глаза являются также важным выразительным органом. Согласно современным данным, взгляд выполняет роль управляющего воздействия, обеспечивая обратную связь о поведении партнера и степени его вовлеченности в коммуникацию. Велика роль взгляда и в обмене репликами, где он выполняет сигнальную функцию; взгляд принимает участие в выражении интимности и регулировании дистанции [51; 54; 63; 68].

В. А. Лабунская отмечает следующие функции взгляда в общении:

- информационный поиск (в ходе взаимодействия говорящий смотрит на слушающего в конце каждой реплики и в опорных

пунктах внутри реплики, а слушающий – на говорящего, для получения информации обратной связи);

- оповещение об освобождении канала связи;
- стремление скрывать или выставлять свое «Я»;
- установление и поддержание социального взаимодействия [37].

Зрительный контакт зависит от дистанции между собеседниками. Мы больше смотрим на говорящего, когда он находится на некотором расстоянии, и избегаем зрительных контактов, когда он находится вблизи.

4.5. Пространственная организация

Пространственная организация также в значительной степени сказывается на процессе взаимодействия людей. Отметим, что исследования этого компонента коммуникации привели к образованию новой научной области – проксемики. Проксемика занимается нормами пространственной и временной организацией общения. Выделяют четыре пространственные зоны, или дистанции в общении:

- интимная зона (15–46 см): из всех зон является главной, поскольку строго охраняется человеком. Допуск в эту зону разрешен только тем лицам, которые находятся в тесном эмоциональном контакте с ним. В данной категории имеется также подзона радиусом в 15 см, в которую можно проникнуть только посредством физического контакта – это сверхинтимная зона;
- личная зона (46 см – 1,2 м): расстояние, разделяющее знакомых друг с другом партнеров по общению;
- социальная зона (1,2–3,6 м): такая дистанция разделяет посторонних людей при взаимодействии;
- общественная (публичная) зона (более 3,6 м): на данном удалении человек находится, обращаясь к большой группе людей [67].

Выбор дистанции общения (по В. А. Лабунской) определяется социальным престижем общающихся, национально-этническими

признаками, полом, возрастом коммуникантов, характером взаимоотношений партнеров [37].

Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается партнерами негативно, и они пытаются ее изменить. Таким образом, человек в различных ситуациях общения активно изменяет свое пространство, устанавливает оптимально соответствующую объективным и субъективным переменным дистанцию взаимодействия.

Организация и угол общения также являются важными проксемическими компонентами невербальной системы. Известно, в частности, что размещение за столом в позиции рядом способствует нормальной совместной работе, сотрудничеству; размещение по диагонали создает ощущение непринужденности, определенной степени свободы; положение лицом к лицу (напротив) может усилить напряженность и контроль друг за другом, вызывать на конфликт.

Правильно выбранная дистанция и расположение коммуникантов относительно друг друга в пространстве, по нашему мнению, значимы исходя из тех позиций, что они задают тон дальнейшему общению.

Невербальные средства являются важнейшим дополнением речевой коммуникации, естественно вплетаясь в ткань межличностного общения. Их роль определяется не только тем, что они усиливают речевое влияние на коммуникатора, но и в том, что они помогают участникам общения выявить намерения друг друга и делают процесс коммуникации более открытым.

Интерпретация невербального поведения превращается в творческий процесс, который требует наблюдательности, интереса и внимания к человеку, социального интеллекта, то есть того, что называют коммуникативной культурой. Это позволяет сделать вывод, что если работник в сфере социально-культурного сервиса и туризма желает достичь определённых успехов во взаимоотношениях с клиентами и своими коллегами, ему необходимо овладеть хотя бы азами невербальной коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: История и современная практика, предпринимательство, менеджмент / Г. А. Аванесова. – М. : Проспект Пресс, 2005. – 318 с.

2. Аверченко, Л. К. Общение и менеджер / Л. К. Аверченко // Психология управления. – Новосибирск, 1994. – С. 31–37.

3. Акишина, А. А. Жесты и мимика в русской речи / А. А. Акишина, Х. Кано, Т. Е. Акишина. – М. : Рус. яз., 1991. – 144 с.

4. Акишина, А. А. Этикет русского телефонного разговора / А. А. Акишина, Т. Е. Акишина. – М. : Рус. яз., 1990. – 116 с.

5. Актуальные проблемы подготовки специалистов сферы сервиса / под. ред. А. Д. Гулиева. – Омск : Изд-во ОГИС, 2003. – 178 с.

6. Алехина, И. В. Имидж и этикет делового человека / И. Алехина. – М. : Анкил, 1996. – 194 с.

7. Барышева, А. Д. Этика и психология делового общения : (сфера сервиса) / А. Д. Барышева, Н. Г. Шредер. – М. : Альфа-М: ИНФРА-М, 2006. – 256 с.

8. Беклешов, Д. В. Манеры и поведение делового человека / Д. В. Беклешов. – М. : Современник, 1993. – 215 с.

9. Бендлер, Р. Искусство убеждать : пер с англ. / Р. Бендлер, Дж. Лавалль. – Киев ; М. : София, 2002. – 224 с. – (Гелиос).

10. Биркенбил, В. Ф. Язык интонации, мимики, жестов / В. Ф. Биркенбил. – СПб. : Питер-Пресс, 1997. – 222 с. – (Гений общения).

11. Борунков, А. Ф. Карманная энциклопедия делового этикета / А. Ф. Борунков ; РАГС РФ. – М. : Интел Тех, 2001. – 129 с.

12. Ботавина, Р. Н. Этика деловых отношений / Р. Н. Ботавина. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.

13. Браим, И. Н. Культура делового общения / И. Н. Браим. – Минск : Экоперспектива, 1996. – 320 с.

14. Вагапова, Д. Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах / Д. Х. Вагапова. – М. : Цитадель, 1999. – 460 с.

15. Введенская, М. А. Культура и искусство речи : современная риторика / М. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов н/Д. : Феникс, 1996. – 256 с.

16. Велединский, В. Туристский рынок сегодня: тенденции и перспективы / В. Велединский // Туризм. – 2002. – № 4. – С. 10–11.

17. Венедиктова, В. И. О деловой этике и этикете / В. И. Венедиктова. – М. : Правовая культура, 1994. – 176 с.

18. Вердербер, Р. Психология общения / Р. Вердербер, К. Вердербер. – СПб. ; М. : Прайм-ЕВРОЗНАК : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 318 с.

19. Вилсон, Г. Язык жестов – путь к успеху / Г. Вилсон, К. Макклафин. – СПб. : Питер, 2000. – 224 с.

20. Винокур, Т. Г. Говорящий и слушающий : варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1993. – 171 с.

21. Войскунский, А. Е. Я говорю, мы говорим : очерки о человеческом общении / А. Е. Войскунский. – 2-е изд., дораб. и доп. – М. : Знание, 1990. – 239 с.

22. Гойхман, О. Я. Основы речевой коммуникации / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 272 с.

23. Горелов, И. Безмолвный мысли знак : рассказы о невербальной коммуникации / И. Горелов, В. Енгалычев. – М. : Мол. гвардия, 1991. – 240 с.

24. Гостиничный и туристический бизнес / под ред. А. Д. Чудновского. – М. : Тандем ; ЭКМОС, 1999. – 352 с.

25. Гулиев, Н. А. Социально-культурные основы формирования профессиональной компетентности менеджера регионального туризма / Н. А. Гулиев. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 338 с.

26. Данкел, Ж. Деловая риторика / Ж. Данкел. – Ростов-н/Д : [б. и.], 1997. – 320 с.

27. Докер, Д. Введение в гостеприимство / Д. Докер : пер. с англ. В. Н. Егорова. – 2-е изд. – М. : Изд-во ЮНИТИ, 2002. – 595 с.

28. Жуков, Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю. М. Жуков, Л. А. Перовская, П. В. Растянников. – Киров : ЭНИОМ, 1991. – 96 с.

29. Задоркин, В. И. Культура в предпринимательской деятельности / В. И. Задоркин, А. И. Козлов ; Моск. эконом. гос. ун-т. – М. : [б. и.], 1994. – 153 с.

30. Зорин, И. В. Теоретические основы формирования содержания профессионального туристского образования : дис. ... д-ра пед. наук / И. В. Зорин. – М., 2001. – 319 с.

31. Каррас, И. Искусство ведения переговоров / И. Каррас ; пер. с англ. М. Ц. Шабат. – М. : Эксмо, 1997. – 400 с.

32. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма / А. Д. Каурова. – М. ; СПб. : Герда, 2004. – 317 с.

33. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.

34. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалов ; под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 368 с.

35. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2002. – 163 с.

36. Курочкина, И.Н. Этикет для детей и взрослых : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / И. Н. Курочкина – М. : «Академия», 2001. – 256 с.

37. Лабунская, В. А. Невербальное поведение / В. А. Лабунская. – М. : Просвещение, 1991. – 146 с.

38. Лебедева, М. М. Вам предстоят переговоры… / М. М. Лебедева. – М. : Экономика, 1993. – 156 с.

39. Лобарева, Л. А. Уроки привлекательности / Л. А. Лобарева. – М. : [б. и.], 1995. – 96 с.

40. Мир этикета : энциклопедия / сост. А. П. Мирзоян. – Челябинск : [б. и.], 2003. – 405 с.

41. Морозов, В. П. Невербальная коммуникация / В. П. Морозов // Психологический журнал. – 1993. – № 1. – С. 45–47.

42. Ниренберг, Дж. Читать человеческое тело, как книгу / Дж. Ниренберг, Г. Калеро. – М. : Прогресс, 1990. – 218 с.

43. Нохрина, Н. Н. Гуманизация диагностики качества профессиональной подготовленности будущих специалистов сферы сервиса и туризма / Н. Н. Нохрина. – Челябинск : Изд-во УралГУФК, 2008. – 323 с.

44. Нэпп, М. Невербальное общение / М. Нэпп, Д. Холл. – 6-е Междунар. изд. – СПб. [и др.] : Олма-Пресс, 2004. – 256 с.

45. Обозов, Н. Н. Психология делового общения / Н. Н. Обозов. – СПб. : Вагриус, 1995. – 312 с.

46. Опалев, А. В. Умение общаться с людьми… : Этикет делового человека / А. В. Опалев. – М. : Культура и спорт : ЮНИТИ, 1996. – 318 с.

47. Петрова, Е. А. Жесты в педагогическом процессе / Е. А. Петрова ; Моск. пед. о-во. – М. : Педагогика, 1998. – 147 с.

48. Пиз, А. Говорите точно… Радость общения и польза убеждения : пер с англ. / А. Пиз. – М. : Эксмо-Пресс, 2003. – 224 с.

49. Пиз, А. Язык телодвижений : пер. с анг. / А. Пиз. – Новгород : Ай Кью, 1992. – 262 с.

50. Рай, Л. Развитие навыков эффективного общения / Л. Рай. – СПб. : Питер, 2002. – 288 с.

51. Рогов, Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М. : Владос, 2004. – 335 с.

52. Романович, В. К. Сервисная деятельность / В. К. Романович ; под ред. В. К. Романович. – СПб. : Питер, 2006. – 156 с.

53. Руденко, А. М. Психология социально-культурного сервиса и туризма / А. М. Руденко, М. А. Довгалева. – Ростов н/Д. : Феникс, 2005. – 256 с.

54. Руденский, Е. В. Основы психотехнологии общения менеджера / Е. В. Руденский. – М. ; Новосибирск : Инфра-М, 1998. – 180 с.

55. Рюкле, Х. Ваше тайное оружие в общении : мимика, жест, движение / Х. Рюкле. – М. : Интерэксперт : Инфра-М, 1996. – 277 с.

56. Соловьёв, Э. Я. Современный этикет : деловой и международный протокол / Э. Я. Соловьев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Ось-89, 2003. – 319 с.

57. Сопер, П. Основы искусства речи : кн. о науке убеждать : пер. с англ. / П. Сопер ; ред. : К. Д. Чижова, Л. М. Яхнича. – Ростов н/Д. : Феникс, 1998. – 446 с.

58. Тумина, Л. Е. Учимся слушать / Л. Е. Тумина // Русский язык в школе. – 1993. – № 1. – С. 42–44.

59. Федцов, В. Г. Культура сервиса / В. Г. Федцов. – М. : ПРИОР, 2001. – 208 с.

60. Фишер, Р. Этикет делового человека / Р. Фишер, У. Юри. – М. : Академия, 2000. – 237 с.

61. Фукс, Э. Секреты личного обаяния / Э. Фукс. – М. : Республика, 1994. – 194 с.

62. Холопова, Т. И. Протокол и этикет для деловых людей / Т. И. Холопова, М. М. Лебедева. – М. : Анкил ; ИНФРА-М, 1995. – 336 с.

63. Чудновский, А. Д. Гостиничный и туристический бизнес / А. Д. Чудновский. – М. : КНОРУС, 2000. – 528 с.

64. Чупрякова, М. Э. Правила деловых отношений / М. Э. Чупрякова. – Екатеринбург : Литур , 2001. – 256 с.

65. Чурикова, Р. Г. Моделирование педагогических ситуаций в ролевых играх / Р. Г. Чурикова. – М. : Высш. шк. , 1991. – 128 с.

66. Шейнов, В. П. Риторика / В. П. Шейнов. – Минск : Амалфея, 2000. – 578 с.

67. Шеламова, Г. М. Этика делового общения / Г. М. Шеламова. – М. : Academia, 2005. – 192 с.

68. Шмидт, Р. Искусство общения / Р. Шмидт ; пер. с нем. А. П. Иконникова. – М. : Интерэксперт, 1992. – 79 с.

69. Ягер, Дж. Деловой этикет : Как выжить и преуспеть в мире бизнеса : пер. с англ. / Дж. Ягер. – М. : Джог Уайли энд Санз, 1994. – 285 с.

70. Яковенко, Г. Наша миссия – подготовка профессиональных кадров для туризма / Г. Яковенко, Г. Романова // Высшее образование в России. – 2005. – № 10. – С. 62–68.

ПРАКТИКУМ

1. ТРЕНИНГ ЖЕСТИКУЛЯЦИИ

Занятие № 1

Цель занятия: расширение сенсорного осязания и развитие межличностного доверия.

Необходимое время: 8–10 мин.

Материалы: повязка на глаза, стулья или кегли, выстроенные в виде разомкнутой змейки.

Ход занятия. Студенты делятся на пары. Один человек в каждой паре становится ведущим, другой – ведомым, ему одевается повязка на глаза. Через 5 минут меняются ролями. Упражнение выполняется невербально.

Студент, выступающий в роли ведущего, берёт партнёра за кисть, руку или талию и ведёт его для сенсорного исследования пространства. Руководит – молча.

В обсуждении студентам предлагалось ответить на вопросы:

- Почувствовали ли вы новые ощущения?
- Как вы себя чувствовали, когда вынуждены были полностью доверять другому человеку, берущему на себя ответственность за ваше благополучие?
- Поделитесь своими чувствами, касающимися руководства и ответственности за другого.

Занятие № 2

Цель занятия: расширить «репертуар» жестов; добиться при их исполнении естественности и выразительности.

Необходимое время: 8–10 мин.

Материалы: карточки с жестами различных состояний и процессов.

Ход занятия.

Студенты делятся на группы. Каждой из групп даётся карточка с определенными жестами, которые нужно исполнить, с максимальной выразительностью.

Например: Первая карточка: жесты радости, восхищения; вторая карточка: жесты страха, возмущения; третья карточка: жесты раздумья, припоминания; четвертая карточка: жесты незнания, растерянности.

Обсуждение.

Проанализируйте, насколько выразительными и адекватными были жесты:

- у первой группы;
- второй группы;
- третьей группы;

четвертой группы.

Проанализировав исполнение, выбрать жесты, которые получились менее удачно. Почему?

Какие умения развивает это занятие? В каких реальных жизненных ситуациях эти умения могут быть востребованы?

Занятие № 3

Цель занятия: расширить «репертуар» жестов студентов.

Задания для самостоятельной работы:

1. Самостоятельно найти и внимательно изучить список наиболее распространенных русских жестов. Поочередно отрепетировать жесты перед большим зеркалом. Проанализировав свое исполнение, выбрать жесты, которые, на ваш взгляд, получились менее удачно, и повторить их несколько раз, меняя темп и амплитуду движения, рисунок движения, позицию пальцев, отношение руки к голове и корпусу и т. д. При этом необходимо стремиться к максимальной выразительности и эстетичности выполняемого жеста.

2. С одним или двумя друзьями или знакомыми посмотреть небольшой видеофрагмент домашней видеозаписи, кинофильма

или любой телепередачи. Внимательно понаблюдать за жестикуляцией персонажей. Запомнить наиболее выразительные жесты и попытаться повторить их. Если сразу не получится, повторить несколько раз. Выполнять это упражнение желательно в группе, состоящей не менее чем из трех человек.

3. Выбрать любой жест из какой-нибудь группы жестов, например из жестов-регуляторов. Выполнить жест, адресуя его:

- одному человеку на незначительном расстоянии;
- большой аудитории при значительном удалении.

Обсуждение.

Самостоятельную работу заснять на любительскую камеру или мобильный телефон. Насколько выразительны были жесты? Какие образы возникли у вас в процессе этого занятия?

Занятие № 4

Цель занятия: научиться адекватно и точно сопровождать речь жестами.

Ход занятия.

Студентам для самостоятельной работы дома даётся отрывок из сказки Л. Филатова «Про Федота-стрельца, удалого молодца».

Усложняется упражнение тем, что употреблять жесты во время исполнения сказки можно только в одной лингвистической функции.

Например:

- только дополняющей;
- только акцентирующей;
- только вносящей коррективы в сказанное.

Обсуждение.

Проанализируйте целесообразность используемых жестов.

Как меняется содержание сказки (её восприятие и понимание) в зависимости от употребления жестикуляции в одной из нескольких функций?

Занятие № 5

Цель занятия: научиться адекватно и точно сопровождать речь жестами.

Ход занятия.

Студентам даётся уже знакомый отрывок из сказки Л. Филатова «Про Федота-стрельца, удалого молодца». По желанию распределяются роли. Даётся несколько минут для знакомства с текстом.

Усложняется упражнение тем, что употреблять жесты во время исполнения сказки нужно используя все лингвистические функции (дополняющую, акцентирующую, вносящую коррективы в сказанное).

Обсуждение.

Кто из «актёров» наиболее творчески исполнил свою роль и точнее раскрыл характер своего героя?

Что ему в этом помогло?

Проанализируйте целесообразность используемых жестов.

Как меняется содержание сказки (её восприятие и понимание) в зависимости от употребления жестикуляции в одной из нескольких функций?

Насколько интереснее и полнее стало восприятие сказки с использованием всех лингвистических функций?

Занятие № 6

Цель занятия: научиться использовать жесты как самостоятельное средство.

Необходимое время: 8–10 мин.

Ход занятия.

Вся группа разбивается на пары и разыгрывает небольшие сценки (придуманные самостоятельно).

Сложность упражнения состоит в том, что «разговаривать» друг с другом можно только с помощью жестов и мимики.

Темы могут быть самые разные («На перроне поезда»; «В театре после третьего звонка»; «Тренер показывает упражнения группе здоровья» «Разговор двух знакомых через дорогу, по которой мчатся автомобили» «На приёме у зубного врача»)

Например. Во время чтения лекции в аудиторию заглядывает преподаватель, которому необходимо срочно сообщить коллеге некоторую информацию. Не прерывая занятия и не показываясь студентам, только с помощью мимики и жестов нужно выразить просьбу:

- выйти на минуточку;
- требование декана зайти к нему после лекции;
- желание родителей неуспевающего ученика переговорить с ним.

Партнёр, играющий роль преподавателя, продолжая читать лекцию студентам, должен показать, что:

- он понял коллегу;
- попросить подождать, пока закончится занятие;
- объяснить отказ или сообщить, что готов выполнить просьбу.

По возможности записать сценки на любительскую камеру или мобильный телефон.

Обсуждение.

Проанализируйте, какие жесты использовались чаще всего:

- жесты различных состояний,
- модальные жесты,
- жесты-регуляторы,
- жесты-информаторы.

Почему?

Какие конкретно жесты относятся к жестам-регуляторам (приветствия, приглашения, привлечения внимания, демонстрации внимания, прощания, просьбы, требования, запрета, прощения)?

Занятие № 7

Цель занятия: совершенствование использования жестов в ситуации с определённым «настроением».

Необходимое время: 8–10 мин.

Ход занятия.

Во время общения существует некая общая атмосфера, общее «настроение» ситуации, её психологическое содержание, то, что возникает из эмоционального отношения к происходящему, к другим людям. Личные чувства человека могут быть созвучны атмосфере общения, а могут и диссонировать ей. Цель предлагаемого упражнения – помочь адекватно жестикулировать в любой ситуации.

Например. Представьте себе, что пространство вокруг вас наполнено:

- атмосферой одиночества;
- уюта и благоговения;
- радостного предчувствия;
- грусти.

Нужно представить себе то или иное чувство, как оно разлито в вас, в вашем окружении. Представить нужно ярко и образно, пока полностью не растворитесь в этом чувстве.

Сделайте легкое движение рукой в гармонии с созданной вами атмосферой. Повторяйте движение до тех пор, пока ваша рука не будет полностью пронизана ею. Вы должны перестать чувствовать свою руку.

После полного «растворения» в вашем чувстве нужно произнести какое-нибудь слово, гармонирующее с атмосферой.

Например.

Атмосфера уюта и благоговения (слова – тепло, нежность, любимый, дом и т. д.)

Атмосфера одиночества (слова – дождь, грусть, слякоть, слёзы, печаль и т. д.)

После произнесения слова добавьте простое движение, первое, какое захочется сделать.

Обсуждение.

Какие образы и ощущения возникли у вас в процессе этого занятия?

Какие дополнительные средства (музыка, видеокассеты, прочтение отрывка из любимой книги) могут помочь быстрее и точнее добиться того или иного настроения?

Занятие № 8

Цель занятия: научиться выбирать жесты в соответствии с конкретной психолого-педагогической ситуацией.

Необходимое время: 8–10 мин.

Ход занятия.

1. Отрепетируйте жесты приветствия при встрече с друзьями. Проиграйте ситуацию, когда вы недовольны ими или хотите сообщить им радостную новость. Употребите жесты параллельно с речью, автономно, синхронно.

2. Подберите жесты, с помощью которых можно подозвать товарища, находясь с ним рядом или на значительном расстоянии от него. Употребите жесты параллельно с речью, синхронно или автономно. Попробуйте придать жесту какой-нибудь оттенок: строгости, доброжелательности, нежности, недовольства, прощения, ободрения и т. п.

3. Подберите жесты, с помощью которых можно привлечь внимание ребенка, особенно если он чем-нибудь занят в данный момент (играет, читает интересную книжку, смотрит мультики, спорит с приятелем). Какой жест вы выберите, если хотите продемонстрировать: нейтральное отношение к действиям ребенка, одобрение, недовольство?

4. Опишите какой-либо отсутствующий предмет. Используйте для этого совместно с речью различные жесты-информаторы. Изобразите перед воображаемым ребенком разных животных.

5. Проиграйте ситуации, когда вам надо обратиться к другу, подруге с просьбой. Обыграйте различные варианты, когда просьба звучит нейтрально, доброжелательно, категорично-официально.

Обсуждение.

Упражнения, выполненные на этом занятии, помогут развить воображение и сделать жестикуляцию осмысленной и разнообразной.

Какие жесты помогли привлечь внимание других людей к себе?

Какие упражнения были наиболее интересны для вас?

Могут ли эти упражнения дать новый опыт общения?

Занятие № 9

Цель занятия: совершенствовать умение использовать эмоционально окрашенные жесты.

Необходимое время: 8–10 мин.

Ход занятия.

Чаще всего в общении используются эмоционально окрашенные жесты и движения. Иногда в действии проявляется целый комплекс индивидуальных чувств.

1. Произведите простое, естественное действие: киньте мяч; откройте или закройте дверь; встаньте со стула или сядьте на стул.

Затем соедините действие с какой-то определённой окраской: агрессивностью, спокойствием, уверенностью, неуверенностью, превосходством, раздраженностью, печалью, нежностью.

Повторяйте действие до тех пор, пока ваше чувство не отзовется на окраску. Добавьте к окрашенному действию два-три слова.

2. Выберите любую окраску, не думая при этом о действии. Теперь подберите действие к выбранной окраске: например, окраска – печаль, действие – просеивание крупы. Добейтесь, чтобы окраска и действие слились воедино, и присоедините несколько слов.

3. Произнесите какое-нибудь слово (или короткую фразу). Подберите к нему сначала окраску, потом действие.

Например, любимая – нежность – поглаживание.

4. Попытайтесь соединить две окраски в действии. Например, ненависть – осторожность.

Повторяйте каждую часть упражнения до тех пор, пока действие, слово и возникшее чувство не сольются для вас в единое целое переживание.

Обсуждение.

Проигрывая этюдные упражнения, нужно стремиться «войти в роль», как актёр:

- во всех подробностях представить ситуацию;
- вызвать в себе соответствующие переживания и чувства;
- продумать, какие средства невербального общения более всего подойдут в данной ситуации.

Кто из студентов справился со своим заданием?

Кто был более артистичен и точен?

Насколько было сложно соединить две окраски в действии?

В каких реальных жизненных ситуациях эти умения (использование эмоционально окрашенных жестов) могут быть востребованы?

Занятие № 10

Цель занятия: совершенствовать развитие внутреннего жеста.

Необходимое время: 8–10 мин.

Ход занятия.

Внутренний жест совершается невидимо в душевной сфере и служит прообразом физических жестов — видимых. Внутренними жестами невидимо жестикулирует наша душа. Но с помощью этого упражнения можно научиться внутренний жест делать видимым.

Встаньте, опустите руки вниз вдоль тела. Опустите голову и плечи. Ноги прямые, плотно прижаты друг к другу. Руки сначала напрячь, а потом резко расслабить и бросить.

Обсуждение.

Проанализируйте ваши ощущения. Побудьте в этом состоянии. Произнесите слово или фразу, созвучную вам в этом внутреннем жесте. Какие чувства пробудил жест? Каким бы явным движением хотелось его продолжить?

Выберите какой-нибудь другой внутренний жест, например «закрытие», и произнесите фразу, подходящую к данному жесту, например «Я хочу остаться один». Исполните этот внутренний жест или придайте своему телу положение, созвучное данному жесту.

Обсуждение.

Прислушайтесь к своим ощущениям. Проанализируйте, насколько положение вашего тела созвучно выбранному жесту и фразе. Изменяйте положения отдельных частей тела или всего тела.

2. РОЛЕВЫЕ ИГРЫ

«Найди свою тему»

Цель игры: актуализировать понятие «изобретение мысли» или «найти тему».

Необходимое время: 15–20 мин.

Ход игры.

Студентам даётся три слова «радость», «случай», «лень».

Каждый выбирает одно из слов и придумывает тему для монолога.

Выбор темы должен отвечать следующим условиям:

- даёт оптимистические решения;
- решается на базе личного опыта и в короткое время;
- всеобщность (интересна для всех);
- характеризуется многопроблемностью (представляет сгусток проблем).

Студенты, на основании выбранного ключевого слова, образуют группы. Группа коллективно обсуждает каждую предлагаемую тему, останавливается на одной из них, по которой и готовится выступление.

Например, группа с ключевым словом «случай» выбрала тему «Счастливый случай свёл за чайным столом людей, ведущих приятную беседу».

Ведущий: «Вслушайтесь в звучание слова «случай». Странное это слово, полное контрастов: иронично-свистящий С, ласково-музыкальный Л, зловеще-шипящий Ч и перехватывающий горло Й; СЛУ – ожидание чуда, ЧАЙ – неожиданный удар (счастливый случай, несчастный случай, свёл случай, разлучил случай)».

Перед каждым сидящим за чайным столом на салфетке стоит чашка чая. По очереди каждый поднимает свою чашку и рассказывает свою историю про счастливый случай, который подарила ему судьба.

Обсуждение.

Как распределились роли внутри групп: кто выдвигал идеи, а кто их воплощал?

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно рассказать о принятых в психологии критериях оценки эффективности выполнения подобных творческих заданий:

- беглость – число идей, выдвинутых каждым из участников;
- оригинальность – количество идей, не повторяющихся в других группах.

«Пойми меня»

Цель игры: научиться использовать жесты как самостоятельное средство.

Необходимое время: 15–20 мин.

Ход занятия.

Вся учебная группа разбивается на пары и разыгрывает небольшие сценки, придуманные самостоятельно.

Сложность игры состоит в том, что «разговаривать» друг с другом можно только с помощью жестов и мимики.

Темы:

- «Гид встречает в аэропорту туристов определенной туристической фирмы»;
- «Аниматор показывает спортивные упражнения отдыхающим»;

- «Аниматор показывает правила игры отдыхающим»;

- «Гид-экскурсовод представляет личного гида».

Например. Во время инфо-коктейля, который проводит гид-экскурсовод, в зал заглядывает представитель туристической компании, которому необходимо срочно сообщить коллеге некоторую информацию. Не прерывая информации, только с помощью мимики и жестов, нужно выразить просьбу:

- выйти на минуточку;

- продлить инфо-коктейль на 5 минут;

- после информации представить отдыхающим личного гида;

- сразу же после инфо-коктейля направить отдыхающих на ресепшн.

Партнёр, играющий роль гида, продолжая информировать отдыхающих, должен показать:

- что он понял коллегу;

- попросить подождать, пока закончится инфо-коктейль;

- объяснить отказ или сообщить, что готов выполнить просьбу.

Снять сценки на любительскую камеру или мобильный телефон.

Обсуждение.

Проанализируйте, какие жесты использовались чаще всего:

- жесты различных состояний;

- модальные жесты;

- жесты-регуляторы;

- жесты-информаторы.

Почему?

Какие жесты относятся к жестам-регуляторам: приветствие, приглашение, привлечение внимания и т. п.?

«Выбор места»

Цель игры: помочь осознать, как важно для эффективного выступления выбрать место, откуда оптимальнее говорить.

Необходимое время: 15–20 мин.

Ход игры.

Вся группа разбивается на пары и выполняет несколько заданий.

1. Встаньте спина к спине и постарайтесь произнести речь о чём-то важном для вас в течение 2 минут. Оборачиваться нельзя. Обменяйтесь впечатлениями.

2. Один из пары садится на стул, другой продолжает стоять. Вновь произносите речь в течение 2 минут. Затем поменяйтесь местами.

3. Один из пары садится за стол преподавателя, другой – за обычный стол. Произнесите каждый свою речь по очереди. Кому из вас было комфортнее на своем месте?

4. Один из пары встаёт за кафедру, другой за обычный стол. Произнесите по очереди каждый свою речь. Обменяйтесь впечатлениями.

Обсуждение.

В общении большое значение имеет понятие личного пространства. Недопустимо постороннему человеку беззастенчиво вторгаться в личное пространство другого. Надо помнить, что расстояние, на которое вы имеете право приблизиться к своему собеседнику, зависит от степени интимности ваших отношений. Друзья и влюбленные могут обняться при встрече, но деловые партнеры обязаны держаться друг от друга на расстоянии двух вытянутых рук.

Любой из партнеров по коммуникации должен чувствовать себя свободным и иметь возможность прервать общение в тот момент, когда он сочтет нужным. Поэтому не стоит «запирать» собой собеседника в углу или у дверей, а также опираться на мебель, загораживая ему выход.

В комнате или небольшом зале при одновременном общении с несколькими людьми следует держаться так, чтобы не оказаться спиной к тем людям, с которыми вы разговариваете.

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать несколько вопросов.

Какие эмоции и чувства возникали в ходе этой игры? Весьма вероятно, что среди них были и негативные. Чем именно они вызваны?

«Рукопожатие»

Цель игры: совершенствовать умение чувствовать настрой человека перед началом общения. Развитие навыков передачи информации посредством тактильного контакта.

Необходимое время: 15–20 мин.

Ход игры.

Вся группа делится на две команды, представители первой команды принимают рукопожатия от представителей второй группы, которые должны вложить в рукопожатие определённое чувство и высказывают свои впечатления, пытаясь отгадать, о чём говорит рукопожатие.

Обсуждение.

Как много информации содержится в простом рукопожатии. А ведь длится рукопожатие всего секунду! Какие выводы вы можете сделать после рукопожатия?

Первый вариант. Вы чувствуете, что человек как бы доминирует над вами, т.е. пытается вами управлять и надо быть с ним поосторожнее. Это происходит потому, что его рука направлена вперед-книзу по отношению к вашей руке, и вы чувствуете довольно сильное давление на руку. Как правило, такой человек первым протягивает руку для рукопожатия.

Второй вариант. Человек протягивает руку, и его ладонь направлена кверху. Таким образом, он дает вам понять, что готов подчиниться и признает ваше лидерство.

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать следующие вопросы:

- Что нового удалось узнать друг о друге?
- Что было сложнее передавать информацию или принимать? Почему?

• Что за умение развивает эта игра? В каких реальных жизненных ситуациях эти умения могут быть востребованы?

«Эхо»

Цель игры: тренировать умение слушать, выделяя необходимую информацию в общем шумовом фоне, и быстро передавать ее дальше. Когда темп выполнения упражнения увеличивается, у студентов развиваются и более сложные умения – одновременно слушать одного собеседника и говорить с другим.

Ход игры.

Участники сидят в кругу. Одному из них, водящему, дают какой-либо небольшой текст и просят негромко читать его, обращаясь к соседу справа. Чтение должно быть небыстрым, размеренным, с небольшими паузами после каждого произнесенного слова. Сосед справа должен как можно быстрее повторять каждое слово, которое он услышал, сидящему справа от него следующему участнику, тот – следующему и т.д., пока каждое слово не пройдет полный круг и будет сказано водящему. При этом водящий не дожидается, пока очередное слово вернется к нему, а продолжает чтение. Таким образом в кругу оказываются одновременно несколько слов.

Обсуждение.

Тренировка умения распределить внимание между несколькими действиями, уверенно вести себя и не теряться в ситуациях шумовой перегрузки очень важна.

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать следующие вопросы:

• Что было участникам сложнее – слушать или говорить, с чем это связано?

• У кого получалось воспринимать следующее слово одновременно с тем, как сам произносишь предыдущее?

• Где в реальной жизни может пригодиться умение одновременно слушать и говорить?

- Сильно ли искажались высказывания по мере того, как они проходят круг, из-за чего возникали эти искажения?
- Что вызывало затруднение при выполнении этого упражнения, а что помогло распределить внимание и успешно справляться сразу с несколькими делами?
- Можете ли вы привести примеры из жизненного опыта, когда на человека специально обрушивают сразу слишком много информации, чтобы он растерялся, утратил возможность здраво мыслить?

«Комплимент»

Цель игры: совершенствовать умение вступать в контакт, украшая свою речь.

Ход игры.

Участники садятся в большой круг. Каждый должен внимательно посмотреть на партнера, сидящего слева, и подумать о том, какая черта характера, какая привычка этого человека ему нравится и он хочет сказать об этом, то есть сделать комплимент – лестное замечание, похвалу.

Комплимент не следует делать напрямую – это смущает человека. Лучше делать его в следующей форме:

«Где только ты научилась так хорошо танцевать?!»

«Когда ты движешься в танце, то кажется …»

«С удовольствием бы поучилась у тебя варить борщ. Он у тебя получается …»

«Едва ли кто из нас умеет так хорошо …»

Следует помнить, что не принято хвалить носы, брови, уши, зубы.

Говорить комплимент начинает любой из членов группы, который готов сказать приятные слова своему партнеру.

Необходимо настроить всех на тактичное отношение друг к другу, на развитие умения слушать и слышать говорящего, обращая внимания на его манеру устанавливать контакт (поприветствовал

своего партнера или нет, смотрит ли в глаза, как держит руки, как сидит, какова интонация и т. д.).

Если кто-то из участников не готов сказать приятное партнеру, он имеет право пропустить ход и сказать свой комплимент после всех.

Обсуждение.

В речевом этикете деловых людей комплимент имеет большое значение. Комплименты – приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности, ума делового партнёра. С этой точки зрения, комплимент – не механизм лести, а необходимая часть речевого этикета.

Один из французских писателей сказал: «Если одним словом ты можешь осчастливить человека, какой же скотиной надо быть, чтобы этого слова не сказать!»

Умение увидеть сильные стороны, положительные качества у любого человека и, главное, найти нужные слова, чтобы сказать ему об этом – вот что необходимо для приятного и продуктивного общения.

Когда выше упомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать следующие вопросы:

- Насколько мы доброжелательны друг к другу?
- Умеем видеть хорошее и говорить об этом?
- Какие эмоции и чувства возникли в ходе игры?
- Что было проще – принимать комплимент или сделать его? Почему?

«Кто я?»

Цель игры: совершенствовать кинестические формы коммуникации, развивать артистизм и творчество.

Ход игры.

Вся группа делится на две команды. Представители первой команды получают карточки с описанием ситуаций, которые они

должны показать, не используя при этом слов. Представители второй группы – эксперты.

Пример карточек:

1. Школьник, получивший двойку за контрольную.

2. Бизнесмен, подписавший контракт, который принесет ему 10.000$ прибыли.

3. Фигурист, упавший в финальном выступлении и оставшийся из-за этого без медали.

4. Футболист-нападающий, забивший в матче решающий гол.

5. Спортсмен, возвращающийся домой с олимпийской медалью.

Представители первой команды по очереди демонстрируют доставшиеся им ситуации, а эксперты должны оценить по пятибалльной системе точность передачи невербальной информации (разрешается задавать уточняющие вопросы, подразумевающие ответ «Да» или «Нет»).

Обсуждение.

Язык тела гораздо честнее нашего обычного языка. Наблюдательный человек сразу уловит подлинное отношение к нему. Умение владеть собой и своими жестами, понимать невербальные проявления других людей может помочь не только в деловой сфере, но и в жизни вообще.

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать следующие вопросы:

- На что конкретно нужно обращать внимание, чтобы понять, что выражает поза сидящего человека?
- А как вы обычно сидите, что выражает ваша поза, какое впечатление она производит со стороны?

Хотите регулировать впечатление, которое вы вызываете у других людей, – привыкайте задумываться над подобными вопросами, учитесь смотреть на себя глазами окружающих…

3. ДЕЛОВЫЕ ИГРЫ

«Оратор»

Цель игры: совершенствовать навыки самопрезентации; совершенствовать вербальную и невербальную коммуникацию.

Ход игры.

Одни студенты заранее получают для ознакомления текст (Мольер «Тартюф»), озвучивание которого защищают перед группой экспертов.

Другие студенты – эксперты – оценивают выступление ораторов согласно схеме (прилагается).

Пример текста.

Все вам подобные – а их, к несчастью, много -
Поют на этот лад. Вы слепы, и у вас
Одно желание: чтоб все лишились глаз.
И потому вам страх внушает каждый зрячий,
Который думает и чувствует иначе, –
Он вольнодумец, враг! Кто дал отпор ханже,
Тот виноват у вас в кощунстве, в мятеже.
Но я вас не боюсь, кривить душой не стану,
Я предан истине и не слуга обману.
Лжеправедники есть, как есть лжехрабрецы.
Бахвальством не грешат отважные бойцы,
А праведники, те, что подают пример нам,
Не занимаются кривляньем лицемерным.
Ужели ж разницы для вас нет никакой
Меж верой истиной и верой показной?
Как не сумели вы быль отделить от сказки?
Как не смогли лица вы отличить от маски?
Как вы не поняли, где топь, где твёрдый путь?
Где вымысел, где явь? Где видимость, где суть?
Как правду спутали вы с кривдою отпетой?

Червонец подлинный с фальшивою монетой?
Да, в большинстве своём мы, люди, чудаки
И действуем своей природе вопреки.
Зачем мы разуму дать не желаем веры?
И почему нигде, ни в чём у нас нет меры?
Порой наш замысел прекрасен и велик,
Но начинаем мы рубить сплеча – и вмиг
Переусердствуем и добрую основу
Испортим, извратим… Но это так я, к слову.

Обсуждение.

Студент должен осознать смысл высказывания Аристотеля «Мы слушаем не речь, а человека, который говорит».

Когда вышеупомянутая часть обсуждения завершена, целесообразно задать следующие вопросы:

1. Есть ли в голосе оратора внутренняя свобода, раскованность, естественность?

2. Есть ли в выступлении определенный настрой на слушателей?

3. Эффективно ли использует оратор в своем выступлении мимику, жесты.

Схема оценки ораторского выступления

Дата_____

Оратор (ФИО)_____,

Группа, курс _____

Выступление

Тема_____

Продолжительность_____

Количество слушателей, состав_____

Место проведения_____

Критерии оценки выступления: 5 4 3 2 1 0

а) научный уровень (эрудиция, анализ, учет нового)_____

б) связь с жизнью (учет практических задач страны, коллектива, учет новых направлений и пр.)_____

в) информативность на уровне:

1) фактов, 2) связей, подходов, выводов,

3) аспектов эстетики)_____

г) построение выступления (логика плана, частей, последовательности, введения и заключения) _____

д) аргументированность (логика доказательств, адекватность примеров теории при ответах на вопросы)_____

е) контакт с аудиторией (учет психологии, реакции) _____

ж) владение материалом (степень связанности текста, использование карты, таблиц и пр.)_____

з) культура речи (правильность, богатство, эмоциональность, использование ораторских приемов и пр.)_____

и) техника речи (дикция, интонация, темпо-ритм)_____

Итого за всё выступление: _____

Сведения о рецензенте: курс_____,

пол_____, возраст_____.

«Выборы»

Цель игры: отработать навыки создания и демонстрации своего имиджа, использования правил речевого этикета для формирования умения выступать перед широкой аудиторией.

Игра предоставляет участникам возможность почувствовать себя руководителями, несущими ответственность за дело и трудовой коллектив.

Ход игры.

Три кандидата на должность руководителя туристического агентства выступают перед коллективом со своей программой развития агентства. Сотрудники должны определить лучшего из претендентов. Претенденты доказывают свое право на руководящую должность интересной и продуманной программой, знанием педагогических, психологических и методических аспектов работы, внешним видом, манерой общения, умением отвечать на вопросы, выслушивать замечания и предложения.

Выступление длится 5–10 мин. Студенты, выполняющие роль сотрудников агентства, прослушав претендентов, высказав критические замечания и предложения, задают интересующие их вопросы и проводят выборы руководителя.

Обсуждение.

При обсуждении выясняется, какие негативные и позитивные качества продемонстрировал каждый из потенциальных руководителей (профессионализм, деловой имидж, соблюдение речевого этикета).

«Ярмарка вакансий»

Цель игры: формировать умение держать себя в ситуации устройства на работу, развить у молодого специалиста самостоятельность, уверенность в правильности и целесообразности своих поступков. Помочь проявить качества, свойственные лидеру.

Ход игры.

В обыгрывании ситуации могут принять участие одна или несколько пар: руководитель и кандидат, а также один руководитель и несколько кандидатов. Содержание игры: деловая беседа по вопросу приема на работу, в ходе которой отрабатываются правила деловой беседы и умение на высоком уровне провести самопрезентацию. Желательно заранее обговорить с кандидатами, какую позицию они будут демонстрировать: вежливый, знающий, контактный, творческий работник; высококлассный специалист; молодой специалист, недостаточно подготовленный и т.п.

В ходе подготовки к игре руководитель намечает круг обсуждаемых с кандидатом вопросов, поведенческую линию, возможные итоги беседы. Кандидат на должность продумывает свой внешний вид, поведенческую манеру, круг задаваемых им вопросов, способы демонстрации своего профессионализма.

В игре закрепляются умения презентовать свои способности.

«Гид-экскурсовод»

Цель игры: формировать умение заинтересовать слушателя, проявить качества, свойственные лидеру.

Ход игры.

Каждый из студентов выступает в роли гида-экскурсовода и туриста. Гид предлагает текст (подготовленный самостоятельно на тему «Достопримечательности города Омска») и защищает его перед группой туристов. Туристы задают вопросы.

Выступление гида-экскурсовода сопровождается мультимедиа той достопримечательности, о которой ведётся рассказ.

Обсуждение.

Эффективно ли использовал гид-экскурсовод в своем выступлении мимику, жесты, технику речи (дикция, интонация, темпоритм), культуру речи (правильность, богатство, эмоциональность).

4. СИТУАТИВНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ

Упражнение № 1.
Тема «Эффективное ведение переговоров по телефону»

По роду деятельности (менеджер в туристической фирме) Вам часто приходится вести телефонные переговоры. На это уходит очень много служебного времени.

Вы решили передать функцию информирования о новых турах своему помощнику. При этом существует опасность того, что помощник недостаточно опытен в том, чтобы различать важную и второстепенную информацию, и, следовательно, может не заинтересовать потенциальных клиентов. Как следует поступить?

Упражнение № 2.
Тема «Эффективное слушание»

Вы часто замечаете, что всегда настроены слушать собеседника внимательно, но иногда смысл того, что хочет сказать клиент, ускользает от Вас, и Вы понимаете его слова совсем в другом контексте. Из-за этого в последнее время Вы допустили некоторые ошибки в работе. Как Вы думаете, в чем может заключаться причина этого и что Вам нужно предпринять?

Упражнение № 3.
Тема «Эффективное ведение переговоров по телефону»

Вы в течение рабочей недели неоднократно пытались дозвониться до директора одной туристической фирмы, но его не было на месте, а его секретарь, очевидно, неаккуратно информировала его о поступающих звонках. Как Вы построите беседу с ней в следующий раз?

Упражнение № 4.
Тема «Профессиональная этика»

На переговорах между Вами и Вашим партнером произошел конфликт. Вас обоих быстро захватывают отрицательные эмоции. Напряжение стремительно возрастает. Ваши действия в этой ситуации?

Упражнение № 5.
Тема «Поведение в конфликтных ситуациях».
Тема «Профессиональная этика»

В Вашу туристическую компанию обратились клиенты, которые остались недовольны своей поездкой: их не устроила дорога (опоздание самолетов, поездов), обслуживание в отеле (в номере не было сейфа, кондиционера, лежаки выдавались платно). Напряжение растет. Как Вы построите беседу? Какие аргументы будете приводить?

Упражнение № 6.
Тема «Ораторское искусство».
Тема «Профессиональная этика»

Вы должны выступить с анализом о проделанной работе перед коллегами на совещании. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие из присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что слушать Вас будут невнимательно, вести посторонние разговоры и т. д. Что Вы предпримите для того, чтобы завоевать внимание аудитории?

Упражнение № 7.
Тема «Язык жестов»

Расшифруйте позы и жесты Вашего партнера: расстегнут пиджак; руки скрещены на груди, кулаки сжаты; сидит на краешке стула, склонившись вперёд, голова слегка наклонена; медленно снимает очки, тщательно вытирает стёкла; прикрывает рот рукой во время своего высказывания; старается не смотреть на Вас. Дайте подробную характеристику действиям.

Упражнение № 8.
Тема «Язык жестов»

Вам предстоит нелёгкий разговор с клиентом. В начале беседы Вы видите, что клиент настроен не благожелательно, принимает «закрытую» позу – скрещивает руки на груди и, высказывая своё мнение, избегает смотреть Вам в глаза. Ваши действия?

Упражнение № 9.
Тема «Поведение в конфликтных ситуациях»

В темном переулке на Вас напал грабитель, который требует отдать ему деньги. Возможные сценарии действия:

1. Соперничество – оказать физическое сопротивление.

2. Сотрудничество – попытаться «навести» этого грабителя на более богатого знакомого, поставив условие: вырученные таким образом деньги поделить.

3. Компромисс – договориться с грабителем, что он берёт только часть имеющихся денег в обмен на обещание жертвы не обращаться с заявлением в милицию.

4. Избегание – попытаться убежать.

5. Приспособление – безропотно отдать всю имеющуюся наличность.

Объясните, в каких случаях предпочтителен каждый способ. Обоснуйте!

Упражнение № 10.
Тема «Ораторское искусство».
Тема «Профессиональная этика»

Только что открылась новая вакансия. Она кажется Вам очень заманчивой, хотя у Вас нет опыта в такого рода деятельности. Друзья убеждают Вас решиться на это. Вам кажется, что способности позволяют Вам занять эту должность даже с недостаточным опытом. Как Вы построите свою речь с руководителем, чтобы заинтересовать его своей персоной?

Упражнение № 11.
Тема «Поведение в конфликтных ситуациях».
Тема «Профессиональная этика»

В сложившийся коллектив со своими традициями приходит новый руководитель. Каким образом он должен вести свою работу и разрешать возникшие конфликты:

1. Вести работу, не обращая внимания на споры, конфликты, таким образом положительно воздействуя на подчиненных.

2. Попытаться разубедить, привлечь на свою сторону тех, кто выступает против или не соглашается с нововведениями, хочет работать по-старому.

3. Опираясь на актив, общественные и административные организации, поручит им разрешать возникшие споры, разногласия, конфликты?

Упражнение № 12.
Тема «Профессиональная этика»

Из Вашей фирмы уходит ценный сотрудник. Он симпатичен Вам как человек и Вам его будет недоставать. В глубине души Вы расстроены. Вы, как руководитель, будете стремиться избежать выражения чувств или будете вести себя естественно, не скрывая своего душевного состояния?

Учебное издание

ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА В ТУРИНДУСТРИИ

Учебно-методическое пособие

Лукьянова Наталья Алексеевна

Зав. редакцией Н. Р. Сагеева
Компьютерная верстка Ю. В. Мазуровой

Подписано в печать 14.02.13. Формат 60×84 1/16.
Объем 4,5 уч.-изд. л. Тираж 100 экз. Заказ 16.

Издательство СибГУФК
644009, г. Омск, ул. Масленникова, 144.