

# КОНВЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

## CONVENTIONAL IN MODERN BUSINESS COMMUNICATIONS

*M. Lubenets*

### Annotation

In article the basic conditions of formation conventional in the business environment are considered. Methods, functions and kinds conventional are opened.

**Keywords:** Communications, the business environment, partnership, relations, conventional.

*Лубенец Мария Юрьевна*

*Аспирант, Сургутский  
государственный педагогический  
университет*

### Аннотация

В статье рассмотрены основные условия формирования конвенциональности в деловой среде. Раскрыты методы, функции и виды конвенциональности.

### Ключевые слова:

Коммуникации, деловая среда, партнерство, отношения, конвенциональность.

Профессиональная конвенциональность стала предметом пристального изучения в последнее десятилетие. Психология, педагогика, социология и целый ряд гуманитарных дисциплин с разных позиций исследуют профессиональную коммуникацию. Вместе с тем гуманитарные дисциплины рассматривают проблемы специфических конвенциональности внутри профессиональных отношений.

В XXI веке конвенциональность является экономической категорией. Высокий уровень владения коммуникативными нормами, конвенциональность, партнерские отношения и развитая экономика в передовых странах неотделимы друг от друга, взаимосвязаны. И наоборот, низкая речевая культура, отсутствие конвенциональных норм в обществе определяет соответствующий уровень развития и эффективность экономики [1].

Новые экономические и социальные условия побудили к новой профессиональной и бизнес деятельности широкие массы населения. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость внедрения принципиально новых конвенциональных отношений, которые необходимы для профессионального повышения лингвистической компетентности и профессиональной самореализации лиц, вступающих в социально-правовые отношения и руководящих действиями людей. На сегодняшний день владение конвенциональными нормами и правилами в рыночных условиях становится неременным компонентом общепрофессиональной подготовки муниципальных служащих, референтов и руководителей всех уровней, так как от их профессиональной компетенции зависит уровень конвенциональной культуры широкого круга лиц.

Конвенциональность, как качество личности мене-

джера, требует наличие и развитие в себе личностных черт характера. Важно уметь слушать и понимать собеседника, правильно оценивать, не стремиться подавить его, также развивать в себе такие качества, как доброжелательность, инициативность, то есть готовность к новым контактам, стремление к активному участию в делах, открытость для других людей, искренность. Умение оставаться самим собой при общении в профессиональной среде, или аутентичность, позволит оценивать ситуацию исходя из собственных взглядов. Важно не только выражать свои чувства, но и принимать чувства окружающих. Давать оценку себе и своим действиям необходимо для самопознания. В рамках самопознания нередко происходит процесс пересмотра ценностей [2].

Развитие конвенциональности в профессиональной коммуникации происходит путем выработки определенных умений. Назовем их. Это умение поддерживать профессиональное общение, вовлекая партнера, давая ему возможность проявить себя, умение психологически настраиваться на эмоциональную волну собеседника, умение тактично завершить разговор, переводить инициативу на себя, удерживать ее, преодолевать психологический барьер общения, добиваться реакции собеседника, запланированную ранее, соответствовать беседе и собеседнику, умение снимать создавшееся напряжение, направлять все навыки и силы на достижение поставленных целей.

Формирование конвенциональности в профессиональной коммуникации включает в себя культуру речи [8]. Умение говорить правильно, красиво, понятно. Современного менеджера должны слушать с удовольствием, ничто не должно мешать восприятию слов. Речь грамотного культурного специалиста отличается содержанием,

выразительностью и побуждает к изменениям мыслей слушателей. Она характеризуется значимостью и доказанностью излагаемого, ей присуще наличие ярких запоминающихся образов. На восприятие речи в целом влияет ее грамотность, словарный запас оратора, отсутствие нецензурных высказываний, произношение и общий стиль речи.

Профессиональное общение не должно происходить хаотично, его надо направлять, изменять, воздействовать на него. Для этого нами были определены специальные методы управления конвенциональным общением у современных менеджеров:

- ◆ Первый метод, это заражение, когда человек неосознанно принимает то или иное психологическое состояние. Происходит заражение какими-то идеями от общения.

- ◆ Второй метод – внушение, реализуется в активном воздействии одного собеседника на другого. Метод работает при условии авторитетности и доверия к оратору.

- ◆ Метод подражания выражается в копировании поведения и манер других.

- ◆ Убеждение – метод, основанный на сознательном воздействии, цель которого изменение взглядов окружающих в свою пользу.

Мы считаем, что комплексное использование данных методов способствует более быстрому формированию конвенциональности между партнерами.

Также для успешного формирования конвенциональности необходимо выработать свой индивидуальный стиль общения [3]. Он должен основываться на факторах, отвечающим всем требованиям делового мира – состав аудитории, ее возраст, уровень развития. Важно и то, каков характер выступления. Уместен ли там доверительный тон, или применим авторитарный. И последнее, это объективная самооценка. Стоит оценить все свои возможности, перед тем как выйти к аудитории с тем или иным предложением [4].

Специфика конвенциональности заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляется в правовых рамках. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся конвенциональные отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Другой специфической особенностью конвенциональных отношений является их регламентированность, т.е. подчиненность установленным конвенциональным правилам и ограничениям [7].

Эти правила определяются типом конвенциональности, его формой, степенью официальности и теми конкретными целями и задачами, которые стоят перед коммуникантами. Эти правила определяются национальными и культурными традициями, общественными нормами поведения.

Они фиксируются, оформляются в виде протокола (делового, дипломатического), существуют в виде общепринятых норм социального поведения, в виде этикетных требований, ограничений временных рамок общения.

В зависимости от различных признаков существуют виды конвенциональности, которые делятся на [5]:

- 1) устное – письменное (с точки зрения формы речи);
- 2) диалогическое – монологическое (с точки зрения однонаправленности / двунаправленности речи между говорящим и слушающим);
- 3) межличностное – публичное (с точки зрения количества участников);
- 4) непосредственное – опосредованное (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата);
- 5) контактное – дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

Все перечисленные виды конвенциональности формируют характерные особенности деловой речи.

Значимость конвенциональности в деловой коммуникации определяется также тем, что она способна выступать в качестве фактора эффективности тех или иных социальных явлений и процессов, служить показателем как их состояния, так и их изменения под влиянием социального и научно-технического прогресса. Конвенциональность выступает также в качестве полифункционального показателя уровня психологической включенности человека в деятельность, меры психологической эффективности этой деятельности, уровня психического потенциала личности и коллектива, масштаба и глубины барьеров, лежащих на пути реализации психологических и социально-культурных резервов коллектива.

Конвенциональность в деловой коммуникации есть процесс взаимосвязи и взаимодействия людей, в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями и навыками, а так же результатами деятельности [6]. Они, как выразился выдающийся немецкий философ К.Маркс, есть по своей сущности "обработка людей людьми". Конвенциональные отношения лежат в основе коммуникативной деятельности людей. Их регулятивность связана с коммуникативной компетентностью, на почве которой вырастает древо культуры самих отношений.

На сегодняшний день формирование конвенциональных взаимоотношений становится практикой повседневности, становится очевидным, что на практике невнимание к установлению конвенций в межличностных отношениях оборачивается как личностными проблемами, так и дестабилизацией организационных структур. Дезинтеграция в обществе, проявляющаяся через многочисленные этнические, классовые, религиозные групповые конфликты, также является следствием неумения и нежелания устанавливать конвенциональные отношения. Причем ситуация обостряется для транзитивных (переходных) обществ, к числу которых относится Россия. Вопросы конвенциональности касаются взаимодействия поколений, так как принципиально важно объяснить, как возможно при быстрой смене конвенциональных правил сохранять устоявшиеся структурные элементы социаль-

ной интеграции. Необходимость постановки вопроса о концептуальных основах социальной конвенциональности обостряется в связи с интенсивностью процессов культурной универсализации и глобализации. Социальные науки и гуманитарное знание в целом, пытаются ответить на вопросы о возможности формирования конвенциональных норм и правил общения, признанных всеми, и какими должны быть конвенциональные отношения, чтобы не разрушить социокультурную идентичность личности.

Иными словами, существование социальной конвенциональности подтверждается практикой, причем данная проблема представляется не такой простой, как может показаться на первый взгляд, острота же социальной проблемы определяет важность теоретического анализа феномена.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Басовская, Е. Н. Пути преодоления речевой агрессии в современной деловой речи / Е.Н. Басовская, С.Э. Ульяновца // Агрессия в языке и речи. Сб. ст. – М.: 2004. – С. 233–243.
2. Безюлева, Г. В. Профессиональная компетентность специалиста: взгляд психолога / Г. В. Безюлева // Профессиональное образование, № 12, 2005, С. 25–26.
3. Бороздина, Г. В. Психология делового общения / Г.В. Бороздина. – М.: Инфра-М.: 1988. – 312 с.
4. Востряков, Л. Е. Управленческий профессионализм и рынок/ Л. Е. Востряков // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2003. – № 2. – С. 4–9.
5. Дмитриева, Н. Л. Конвенциональный стереотип как средство регуляции восприятия вербализованного содержания / Н.Л. Дмитриева. – Дис. на соиск. уч. ст. канд. фил. наук. – Барнаул, 1996. – 175 с.
6. Дэвидсон, Д. Общение и конвенциональность / Д. Дэвидсон. – М.: Наука, 1987. – С.213–233.
7. Колтунова, М. В. Конвенции как регулятор информационного обмена в деловом диалогическом общении / М.В. Колтунова // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания. VII научно – практич. конф. молодых ученых. РУДН, 22 апр. 2005 г. – М.: Флинта 2005. – С. 12–17.
8. Куницына В.Н. Межличностное общение./ В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – Спб:Питер, 2001 – 544 с.

© М.Ю. Лубенец, ( Lubenec-87@mail.ru ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»



**ВАКУУМТехЭкспо**

**7-я международная промышленная выставка**

**10 – 12 апреля 2012**

**Россия, Москва, ЭЦ «Сокольники»**

