

третий – технология решения этих проблем; *четвертый* – формулировка проблемы каждой лекции, которая на первый взгляд выглядит как неразрешимое противоречие; *пятый* – основная идея, которая поможет решить противоречие, проблему, и наметить основные пути ее решения; *шестой* – формулировка программы рассмотрения материала и цель, которую можно достигнуть при развертывании этой программы; *седьмой* –развертывание намеченной программы.

Проведение практических занятий предполагает анализ деятельности редакций, проблемных ситуаций, разбор конкретных примеров эффективного редакционного менеджмента. Освещаемые вопросы представляются в контексте отечественного и зарубежного опыта¹.

Обязательными источниками для изучения состояния отечественного медиарынка являются ежегодные отраслевые доклады Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям², а для анализа тенденций и перспектив зарубежных медиарынков материалы международных консалтинговых компаний, например, PricewaterhouseCoopers «Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2012-1016 гг. Ключевые тенденции в России и в мире».

Для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины разработан фонд тестовых заданий, включающий 4 раздела: «Основные экономические закономерности функционирования СМИ», «Экономическая природа различных видов СМИ», «Финансы и бухгалтерский учет в редакции СМИ», «Основы редакционного менеджмента».

В целом можно отметить большой интерес к дисциплине со стороны студентов, поскольку ее изучение позволяет понимать суть производственных процессов современных СМИ, раскрывает реальные проблемы, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности, и дает исследовательские навыки, необходимые для анализа как конкретных предприятий СМИ (на микроуровне), так и СМИ как важнейшего сектора современной экономики.

Н.Н. Хухрянская

КУРС «ЯЗЫКОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ» В КОНТЕКСТЕ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Деловое общение сегодня – это самый массовый вид социального общения, оно проникает во все сферы общественной жизни. Под деловым общением понимается «такое взаимодействие людей, которое подчинено решению опреде-

¹ См. Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Варгановой. — М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с.; Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.

² См. Официальный сайт Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Отраслевые доклады. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2013.html>

ленной задачи (производственной, научной и т.д.), т.е. цель делового взаимодействия лежит за пределами процесса общения (в отличие от личностно ориентированного общения, предметом которого выступает именно характер отношений между его участниками)»¹. В деловые, коммерческие отношения вступают предприятия всех форм собственности и частные лица. Компетентность в сфере делового общения непосредственно влияет на успех в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле.

Большая часть дел осуществляется и завершается при помощи речевых взаимодействий между людьми. Новые экономические и социальные условия выдвинули на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимость повышения лингвистической и коммуникативной компетентности. Умение успешно вести деловые переговоры, работать с документами, умение грамотно составить текст документа – одно из важнейших составляющих профессиональной культуры человека².

Это обусловило актуальность курса «Языковые аспекты делового общения», который посвящён рассмотрению основных жанров делового стиля в сфере как письменного, так и устного общения, при этом особое внимание уделяется особенностям использования языка в сфере деловой коммуникации.

Учебная дисциплина логически и методически связана с такими курсами, как «Русский язык и культура речи», «Риторика», «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», которые способствуют овладению профессионально необходимыми знаниями в сфере делового общения. Дисциплина «Языковые аспекты делового общения» направлена на развитие коммуникативной компетентности будущих специалистов, т.е. «способности человека решать языковыми средствами различные коммуникативные задачи»³ в сфере делового общения.

Данная дисциплина значима для подготовки к практике, так как знакомит с алгоритмом оптимального выбора необходимых единиц из необозримого многообразия языковых и неязыковых средств общения, с учетом всех составляющих ситуации делового общения. Это позволяет специалисту в области рекламы и связей с общественностью более свободно и профессионально войти в сферу современной деловой коммуникации.

Главной целью освоения учебной дисциплины является ознакомление студентов с основными принципами организации и функционирования делового общения, что способствует овладению навыками ведения и оформления всех форм продуктивного общения в деловой сфере (устной и письменной) и повышению общего уровня языковой культуры специалистов. Общая цель определяет основные задачи дисциплины:

- усвоить базисные знания о природе и сущности делового общения;

¹ Русский язык и культура речи: Учебник / Под ред. Проф. В.И. Максимова. 2-е изд., стереотипное. – М.: Гардарики, 2005. – С. 148.

² Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учебное пособие для вузов. – М.: ОАО «НПО "Экономика", 2000 – С. 3.

³ Скаженик Е.Н. Деловое общение: Учебное пособие – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006 – С.2

- повысить уровень владения языком и сформировать навыки успешной деловой коммуникации через овладение нормами речевого общения;
- развить навыки организации всех форм деловой коммуникации;
- освоить особенности составления деловых документов в сфере связей с общественностью и рекламы;
- ознакомить с основами делового этикета в рекламе.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, рассматривающих основы социальной и межличностной коммуникации; виды, средства, формы и стиль делового общения, его культурные и национальные особенности; понятийный аппарат деловой коммуникации в сфере связей с общественностью и рекламы. Наряду с этим будущий специалист получает сведения об основных принципах, нормах и правилах современного делового этикета; о приемах убеждения партнера по общению и специфике письменной и устной речи в деловом общении. Все это непосредственно является залогом успешной профессиональной деятельности.

Большое внимание в процессе изучения дисциплины уделяется устным и письменным формам делового общения, особенностям языка деловой коммуникации и культуре речевого общения. Особое место отводится рассмотрению вопросов, касающихся особенностей рекламной коммуникации как особой сферы делового общения, анализируются структурные и функциональные особенности рекламной коммуникации, языковые формулы рекламы. Наряду с этим, дисциплина учит искусно вести деловой разговор, убеждать, успешно выступать перед аудиторией.

Завершив изучение дисциплины, студент должен:

- уметь: использовать полученные знания в межличностном общении и профессиональной деятельности; уметь подготовить значимые в деловом взаимодействии документы и организовать деловое общение, а также соблюдать нормы культуры речи в деловом общении, правила речевого этикета и ведения диалога;
- владеть: способностью к деловой коммуникации в профессиональной сфере, приемами речевого воздействия на аудиторию; основными правилами использования языковых средств в различных формах деловой речи, устной и письменной;
- приобрести навыки социальной и межличностной коммуникации, а также навыки создания устной и письменной деловой речи в соответствии с нормами русского литературного языка.

При изучении данной дисциплины используются методические приёмы игрового обучения общению, направленные на создание благоприятных условий для реализации навыков речевого профессионального общения. В образовательный процесс активно включаются деловые игры и коммуникативно-профессиональные тренинги. Например, занятие, посвящённое речевой культуре и речевому этикету, может проводиться в форме деловой игры «Этикетные модели общения». Использование деловых игр позволяет создать конкретные коммуникативные ситуации, которые способствуют не только отработке на

практике полученных теоретических знаний, но и проведению последовательного анализа речевого поведения участников игры.

Таким образом, изучение учебной дисциплины «Языковые аспекты делового общения» представляется актуальным и обоснованным, так как способствует формированию коммуникативно-речевых умений, связанных с конкретной реализацией языковых свойств и возможностей в условиях профессионального делового общения, устного и письменного.

Литература

1. Глушкова В.Г. Профессиональная этика и культура делового общения: Учебное пособие. – Белгород: БУКЭП, 2012. – 194 с.
2. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учебное пособие для вузов. – М.: ОАО «НПО "Экономика"», 2000. – 271 с.
3. Красивова О.Н.. Деловой русский язык: Учебно-практическое пособие – М.: Изд-во МФА, 2001.
4. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2002. – 320 с.
5. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие – СПб.: ИВЭСЭП, 2005 . – 495 с.
6. Полонский А.В., Глушкова В.Г. Азбука деловой культуры. - Белгород: БелГУ, 2007. – 54 с.
7. Скаженик Е.Н. Деловое общение: Учебное пособие – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

Е.А. Цуканов

ПРОЕКТИРОВАНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И PR: МЕЖДУ ИСКУССТВОМ И ТЕХНОЛОГИЕЙ

В условиях быстроменяющегося мира, чтобы устоять, очень важно найти точку фиксации как на персонально-личностном, так и на общесоциальном уровнях. Из этой точки, обозрев прошлое и обуздав настоящее, субъект способен двинуться в будущее. Это движение не может быть осуществлено без четкого представления о том, чего мы хотим от реальности в перспективе и, следовательно, в данном контексте, мы должны говорить о развитии.

Развитие есть поступательное движение вперед в любой сфере. Оно сопряжено с усложнением структурных компонентов систем, характера протекающих в рамках систем процессов, совершенствованием управленческих решений. Развитие сопряжено с перманентным обновлением объекта, его функциональной оптимизацией, ростом способности давать максимальные результаты. Главным результатом любой деятельности выступает польза как предметное выражение некоего идеального блага, значимого для человека. Польза – не абстрактная категория, а конкретный позитивный сдвиг, свершившийся в среде нашего обитания или же у нас в сознании, повлекший за собой получение определенной выгоды. В свою очередь, выгода всегда эффективна, поскольку она действует как своего рода усилитель общества или отдельного индивида.