

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

УДК 378.126

DOI: 10.17223/19996195/35/10

РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРАВСТВЕННОСТЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Н.В. Войтик

Аннотация. Изложены современные идеи культуры и языка, а именно профессиональной нравственности в сочетании с коммуникативными речевыми высказываниями. Рассматривается профессиональная деятельность специалиста социально-культурной сферы, которая была выбрана не случайно, а благодаря своей коммуникативной направленности. В связи с этим перечислены модели коммуникации для определения природы общения данной профессиональной категории. Автор ищет пути актуализации и приспособления профессиональной морали к коммуникации. Общеизвестные принципы профессиональной нравственности – гуманизма, оптимизма и патриотизма – соотносятся с речевыми выражениями, их примеры, в том числе на иностранном языке, подтверждают соблюдение или несоблюдение, проявление или утрату, наличие или отсутствие данных принципов в деловой профессиональной коммуникации. Изучение принципов, а фактически принципа патриотизма в языковом контексте, выявило связь с межкультурной профессиональной коммуникацией и требует добавления невербального аспекта. Основываясь на результатах экспериментальной части, делается вывод о том, что концептуальные подходы к профессиональной морали могут сочетаться с коммуникативными компонентами. Введение невербальной составляющей коммуникации к данному союзу позволит воплотить общечеловеческие ценности с учетом особенностей сервисной и туристической деятельности.

Ключевые слова: профессиональная нравственность (мораль); профессиональная этика; честь и достоинство; принцип гуманизма; принцип оптимизма; принцип патриотизма; речевая коммуникация; профессиональная коммуникация; межкультурная коммуникация; речевые высказывания; невербальный компонент коммуникации; этические языковые рамки; социально-культурная сфера.

Введение

Нравственная жизнь обычного человека и его честное в моральном плане поведение как специалиста, работника имеют множество форм и проявлений, могут отличаться, т.е. носить амбивалентный, двойственный характер [1. С. 50]. В обычной жизни, с множеством проблем и забот, затруднительно реализовать азбучные нормы нрав-

ственности, а в профессиональной деятельности соблюдение нравственного поведения как никогда востребовано.

Профессиональная нравственность или мораль, несомненно, является частью профессиональной компетенции, представляет собой конкретизацию общечеловеческих принципов поведения применительно к условиям профессиональной деятельности [2].

Действительные проявления профессиональной нравственности интерпретирует профессиональная этика, которая подразумевает детальный разбор кодекса, правил поведения работника, а также ценностей и воззрений с учетом особенностей его профессиональной деятельности. Однако новые вызовы требуют коррекции, актуализации и дополнений в нравственное поведение работника в соответствии с коммуникативными приоритетами профессиональной деятельности.

Число профессий, где существует потребность в особой форме воплощения общечеловеческих ценностей, постепенно увеличивается. Речь идет о трудовой деятельности, связанной с общением, в процессе которой устная коммуникация преобладает над письменной формой.

Традиционно рассматривают профессиональную нравственность врачей и учителей, их психолого-педагогические характеристики [3. С. 200–205], профессионально-педагогическую культуру [4]. Мы будем иметь в виду работников социально-культурной сферы, а именно менеджеров, экскурсоводов, гидов, продавцов, официантов, администраторов, работников отдела по обслуживанию клиентов и музейно-выставочного сервиса и др. Их деятельность рассматривалась в работах [5, 6].

Обратимся к вопросу о моделях коммуникации, чтобы определиться с природой общения данной профессиональной категории.

В модели древнегреческого философа и ученого Аристотеля (384–322 до н.э.), ученика Платона, автора трактата «Риторика», выделяются три компонента процесса коммуникации: «Оратор – Речь – Аудитория». В современном варианте модель выглядит так: «Коммуникатор – Сообщение – Коммуникант». Модель универсальна, отражает коммуникативный акт как в устной форме, так и в письменной, служит основой для создания последующих коммуникативных актов.

Линейная модель коммуникации Г. Лассуэла (1902–1978), американского политолога, исследователя политической (в том числе массовой) коммуникации, которую он представил в 1948 г., состояла из пяти вопросов коммуникативного характера: Кто передает сообщение – коммуникатор, адресант; Что передается – сообщение; Как осуществляется передача – канал связи; Кому направлено сообщение – аудитория, адресат; С каким эффектом – результат.

Шумовая модель коммуникации Клода Э. Шеннона, американского ученого, инженера и математика, и Уоррена Уивера, сотрудника лаборатории телефонной компании Белла, включает пять функцио-

нальных компонентов, расположенных в линейной последовательности, а также содержит шумы (внешние помехи), затрудняющие коммуникацию, и фактор предотвращения коммуникативных неудач – избыточность информации (повторение элементов сообщения). В дальнейшем модель была подвергнута переработке и включала уже шесть компонентов [7. С. 229].

Рассмотренные три модели, первая из которых является классической, а последующие не отражают всей полноты коммуникации, не соответствуют или не подходят для описания профессиональной деятельности работников сферы сервиса и туризма. Нижеприведенные модели являются более адекватными.

Циркулярная (циклическая) модель коммуникации Уилбурга Лэнга Шрамма, доктора наук, профессора, знаменитого американского теоретика массовой коммуникации и медиакультуры, и Чарльза Осгуда, американского психолога, исследователя проблемы эффективной коммуникации, отражает реакцию коммуниканта на сообщение источника в виде обратной связи и делает коммуникацию двусторонним процессом (диалогом), более эффективным и результативным, позволяя каждой из сторон корректировать свои цели и действия, интерпретировать сообщение.

Текстовая модель коммуникации А.М. Пятигорского, философа, филолога и переводчика, осмысливает коммуникацию человека с собой и другими, которую он осуществляет через текст. Согласно данной модели коммуникация всегда осуществляется в определенной коммуникативной ситуации при взаимосвязи с другими лицами [Там же. С. 199].

Существуют и другие модели. Однако рассматривая вышеперечисленные, уже можно сделать вывод, что профессиональная деятельность работников сферы сервиса и туризма чаще всего соответствует не линейной, а циркулярной модели коммуникации, благодаря инверсионному процессу, диалогизации и ситуативности.

Если профессиональная нравственность является компонентом общей нравственной культуры человека и помогает конкретизировать, реализовывать моральные ценности в условиях деятельности определенного рода профессий, то не менее важным аспектом для соблюдения вышеперечисленных условий будет рассмотрение речевых высказываний соответствующих моральным принципам, а также создание этических рамок, моделей приемлемого, соответствующего поведения и выбор устойчивых подходов для решения этической дилеммы.

Объектом исследования в статье являются актуализация, приспособление профессиональной морали к профессиональной коммуникации.

Предмет исследования – рассмотрение известных принципов профессиональной нравственности в профессиональной коммуникации посредством речевых высказываний.

Цель работы состоит в том, чтобы исследовать специфику союза принципов профессиональной нравственности и речевой коммуникации, основываясь на теоретических знаниях и практическом опыте (рис. 1).



Рис. 1. Модель исследования 1

Для достижения данной цели решались следующие задачи:

- 1) рассмотреть моральные принципы: гуманизма, оптимизма и патриотизма и соответствующие им речевые высказывания на русском и английском языках;
- 2) определить основы создания этических рамок.

Методология и теоретическая часть

Профессиональная этика не образует новые концепты или представления морального сознания, она адаптирует, «приспосабливает» известные принципы, положения и традиции поведения человека к его профессиональным сферам.

Итак, профессиональная этика опирается на собственные базовые универсалии, среди стартовых понятий числится *профессиональный долг*, согласно которому подробно утверждаются, а затем повествуются служебные, должностные обязанности учителя, врача, турагента и др. в различного рода инструкциях, положениях, кодексах.

Служебный долг побуждает специалистов относиться к своему делу с ответственностью, стимулирует самоотдачу. Существует множество выдающихся примеров, когда врачи во имя спасения больных жертвовали своей жизнью, ставили на себе эксперименты, испытывали лекарства, чтобы доказать их безопасность и т.д. Например, Вернер Форсман, медик из Германии, получил Нобелевскую премию в 1957 г. за эксперимент на сердце; Барри Маршалл и Робин Уоррен из Австралии открыли бактерию *Helicobacter pylori*, в 2005 г. стали нобелевскими лауреатами за свое открытие.

Понятия *профессиональная честь* и *профессиональное достоинство* взаимно дополняют друг друга, поддерживают определенный уровень нравственности в конкретных условиях той или иной профессии. Проявления чести и достоинства реализуются в поступках, один из них может изменить жизненную ситуацию или повлиять на карьеру человека.

Профессиональная нравственность основана и на *профессиональной справедливости*, которая в деловом общении означает проявление объективности в отношениях с коллегами, стойкости в отношении с руководителями компании или организации.

Аффилиация общения – одна из важнейших для человека. Известно, что контакты с одними людьми доставляют нам удовольствие, а с другими – нет. Многие причины влияют на коммуникацию, в том числе и тактичное поведение человека согласно «золотому правилу нравственности» [8. С. 90; 9], т.е. его умение общие принципы морали реализовать в конкретных условиях.

Тактичность важна для профессий, объектом деятельности которых является человек. Обладая *профессиональным тактом*, туристический менеджер не поставит в неловкое положение клиента, у которого не хватает денег на дорогой курорт, а предложит бюджетный вариант.

Фундаментом профессиональной этики служат принципы. Исходный гуманистический постулат, состоящий в уважительном отношении к каждой человеческой личности, признании ее достоинства, понимании ее неповторимости и ценности, можно продемонстрировать на конкретном примере. Согласно кодексу правил для сотрудников сервисной компании одна из заповедей общения с клиентами гласит о том, что клиенты заслуживают самого вежливого и внимательного отношения со стороны фирмы.

Более того, принцип гуманизма препятствует прагматичному, утилитарному отношению к личности, не рассматривает ее как средство достижения каких-либо целей – получение пользы, выгоды любой ценой, например использование клиентов ради прибыли и процветания компании (большая прибыль извинит сомнительное поведение?). Здесь главное – не вступить в конфликт личных и корпоративных интересов.

Важным является не количество денег, потраченных клиентом из своего дохода в компании или магазине при покупке товара или услуги, а тот факт, что он выбрал именно эту фирму. Доказательством соблюдения принципа гуманизма будет не оценивание дохода клиента, а уважительное к нему отношение через «долг и стыд – это как бы мост между голосом рассудка, выражающим общественно санкционированную точку зрения, и движениями чувств, фиксирующими сугубо индивидуальные склонности и интересы» [10. С. 59].

Реализация (практическая часть)

Согласно поставленной цели и текущим задачам в данной работе мы провели эксперимент по приспособлению профессиональной нравственности к речевой коммуникации и ее дальнейшей актуализации с целью создания этических языковых рамок.

Материалом исследования послужили результаты эксперимента – опрос студентов (40 человек) направлений «Сервис», «Туризм», обучающихся в Тюменском государственном университете в 2015/16 учебном году, которые изучают дисциплины «Иностранный язык» и «Иностранный язык в профессиональной сфере» на 1–2-м курсах в 1–4-м семестрах, «Речевая коммуникация» на 3-м курсе в 5-м семестре. Три группы респондентов имеют разный опыт работы или вообще его не имеют. Те, кто работает, заняты на предприятиях общественного питания (рестораны, кафе, пиццерии и др.) и в туристических агентствах. Некоторые студенты работают в компаниях, которые не связаны с сервисной или туристической деятельностью, однако имеют опыт профессиональной коммуникации. Испытуемым было дано задание соотнести принципы профессиональной нравственности, а именно гуманизма, оптимизма и патриотизма, с речевыми выражениями, в том числе на иностранном языке (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Распределение респондентов по наличию / отсутствию опыта

Опыт в сфере сервиса, туризма	Опыт в других сферах	Нет опыта
22 чел. / 55%	9 чел. / 22,5%	9 чел. / 22,5%

Следует отметить, что студенты действительно пытались использовать свой билингвальный опыт и придумывали целые ситуации, в некоторых случаях – диалоги на русском и английском языках, чтобы раскрыть данные принципы. Их попытки актуализировать профессиональную нравственность, культуру через собственный жизненный, образовательный опыт и опыт работы заслуживает внимания.

Далее приведены примеры речевых высказываний, которые подтверждают соблюдение или несоблюдение принципа гуманизма в профессиональной языковой коммуникации.

За принципом гуманизма следует принцип оптимизма (профессионального). Так, сотруднику сложно работать без веры в то, что его деятельность, усилия, которые он прилагает, приносят пользу фирме. Без оптимизма трудно реализовывать сложные профессиональные замыслы и проекты.

Ниже приводятся примеры речевых высказываний с проявлением или утратой принципа оптимизма в деловой коммуникации (табл. 2).

Таблица 2

Примеры речевых высказываний с проявлением или утратой принципа оптимизма в деловой коммуникации

«+»	«-»
Добрый вечер! Ваше меню, пожалуйста. Буду рада принять Ваш заказ. / Good evening! Here's your menu, please. I'd be happy to take your order	Здрасьте. Вот меню. Я за барной стойкой. Буду нужна, позовете. / Hi. Your menu. I'm behind the bar. Call me
В какую ценовую категорию Вы бы хотели уложиться? / What price category would you like to meet?	Цены нашего магазина точно не для Вас! / Prices of our store are definitely not for you!
Делая свою работу, я вношу вклад в развитие компании, я это точно знаю. / Doing my job, I contribute to the development of the company, I just know it	Я вообще не понимаю, зачем я это делаю, от меня ничего не зависит. / I don't understand why I'm doing this, nothing depends on me
Обратите внимание еще и на эту модель отечественного производства, очень хороший вариант. / Please, pay attention to our local model, it's a very good option.	Лучше вы бы не брали этот товар, какая-то китайская подделка, а вот отечественный товар куда лучше. / Don't take these goods. Chinese fake! Domestic ones are much better
Вы уверены, что хотите поехать за границу? В России много красивых мест, к тому же Вы будете чувствовать себя увереннее. / Are you sure you want to go abroad? There are many beautiful places in Russia, besides, you'll feel more confident	В отпуск летите исключительно за рубеж. В России все дорого, особенно в Сочи, сервис вообще отсутствует. / Go exclusively abroad on vacation. In Russia, everything is expensive, especially in Sochi, no service at all
Тур в эту страну достаточно специфичен в силу своего климата и проживающего там народа. / The tour to this country is quite specific because of its climate and its people	Жара там жуткая и эти местные необразованные достают. / Heat is terrible there and these uneducated locals bother
Восточная кухня. Отличный выбор! / Oriental cuisine. Good choice!	Как вообще это можно есть?! Что кухня, что люди... / How can you eat it!? Terrible cuisine and people...
Мы рады приветствовать Вас в нашей стране! / Welcome you in our country!	Уезжайте в свою..., и там высказывайте свои недовольства! / Go home... and there to say your complaints!
Наша страна переживает сейчас не самые лучшие времена, но верю, что мы справимся! / Our country is now experiencing not the best times, but I believe that we can do it!	С каждым днем наша страна скатывается в бездну. Я ненавижу ее и жду, когда смогу уехать за границу. / Every day our country is sinking into the abyss. I hate it and I'm waiting to go abroad

Принцип патриотизма, который проявляется, например, в любви к своей родине, не может сочетаться с пренебрежительным отношением к другим странам, народам, или, наоборот, ненависть к собственному государству и восхищение другой страной, провозглашение ее национального превосходства не являются подтверждением данного принципа. Проявление шовинизма, ксенофобии и других идеологий неприемлемо в работе гидов, переводчиков, работников музейно-выставочного сервиса, администраторов гостиниц, продавцов и др.

Заключение

Рассмотренные моральные принципы и соответствующие им речевые высказывания позволяют сделать следующие выводы. Опыт работы студентов дает возможность им ориентироваться в рабочем пространстве с устойчивыми моральными принципами, а их анализ доказывает, что концептуальные подходы к профессиональной морали могут сочетаться с коммуникативными аспектами (рис. 2).



Рис. 2. Модель исследования 2

Решено добавить невербальный аспект коммуникации к предмету исследования для создания этических рамок и моделей приемлемого, соответствующего профессионального поведения. Введение невербального компонента коммуникации к данному союзу, предмету исследования позволит сделать выбор устойчивых подходов для решения этической дилеммы в профессиональной деятельности специалиста социально-культурной сферы.

Литература

1. *Кацанова И.А.* Философское мировоззрение П.И. Новгородцева. М. : ИФ РАН, 2007. 182 с.
2. *Этика* : энциклопедический словарь / под общ. ред. Р.Г. Апресяна, А.А. Гусейнова. М. : Гардарики, 2001. 671 с.
3. *Минияров В.М.* Педагогическая психология : учеб. пособие. М. : Моск. психол.-соц. ин-т, 2008. 288 с.

4. **Исаев И.Ф.** Профессионально-педагогическая культура преподавателя : учеб. пособие. М. : Академия, 2004. 208 с.
5. **Гойхман О.Я., Надеина Т.М.** Речевая коммуникация : учеб. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2007. 272 с.
6. **Исаева Т.Е.** Речевая коммуникация в туризме : учеб. пособие с материалами на англ. яз. М. : Дашков и К; Наука-Спектр, 2010. 240 с.
7. **Почепцов Г.Г.** Теория коммуникации. Киев : Ваклер ; Москва : Рефл-бук, 2001. 656 с.
8. **Апресян Р.Г.** Ценностные парадигмы воспитания // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2008. № 1. С. 91–97.
9. **Гусейнов А.А.** Золотое правило нравственности. 2-е изд. М. : Молодая гвардия, 1982. 208 с.
10. **Гусейнов А.А., Ирллиц Г.** Краткая история этики. М. : Мысль, 1987. 589 с.

Поступила в редакцию 29 июня 2016 г.

Сведения об авторах:

Войтик Наталья Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков и межкультурной профессиональной коммуникации естественнонаучных направлений института математики и компьютерных наук Тюменского государственного университета (Тюмень, Россия). E-mail: nvoitik@mail.ru

VERBAL COMMUNICATION AND PROFESSIONAL ETHICS (MORALITY) OF A SPECIALIST IN SERVICE AND TOURISM

Voytik N.V., Ph.D., Associate Professor, Department of Foreign Languages and Intercultural Professional Communication of Natural Science Areas, Institute of Mathematics and Computer Sciences, Tyumen State University (Tyumen, Russia). E-mail: nvoitik@mail.ru

DOI: 10.17223/19996195/35/10

Abstract. The article presents a description of contemporary ideas of culture and language, namely professional ethics (morality), combined with speech statements. Professional activity of a specialist in service and tourism is chosen thanks to its communicative origin. Therefore, models of communication are analysed to determine the nature of communication in this profession. The author's research model supports structural analysis of language means and their correlation with professional competences. The research identifies the ways of maintaining professional morality. The well-known principles of professional ethics: humanism, optimism and patriotism are examined, and the examples of speech statements confirm presence or absence of these principles in business communication. The study of the principles reveals the connection with intercultural communication and requires the addition of non-verbal aspect. The experiment concludes that professional morality, verbal and non-verbal communication should be taking into account in socio-cultural sphere.

Keywords: professional ethics (morality); professional duty; integrity and dignity; principle of humanity; principle of optimism; principle of patriotism; verbal communication; professional communication; cross-cultural communication; speech statements; non-verbal communication; ethical speech frames; socio-cultural sphere.

References

1. **Кацарова И.А.** (2007) *Filosofskoe mirovozzrenie P.I. Novgorodceva* [P.I. Novgorodtsev's philosophical worldview]. Moscow: IF RAN.

2. Apresjana R.G., Gusejnova A.A. (2001) (eds.) *Jetika: Jenciklopedicheskij slovar'* [Ethics: Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Gardariki.
3. Minijarov V.M. (2008) *Pedagogicheskaja psihologija : ucheb. posobie* [Educational psychology: a tutorial]. Moscow: Mosk. psihol.-soc. in-t.
4. Isaev I.F. (2004) *Professional'no-pedagogicheskaja kul'tura prepodavatelja: ucheb. posobie* [Professional pedagogical culture of the teacher: a tutorial]. Moscow: Akademija.
5. Gojhman O.Ja., Nadeina T.M. (2007) *Rechevaja kommunikacija* [Speech Communication]. Moscow: INFRA-M.
6. Isaeva T.E. (2010) *Rechevaja kommunikacija v turizme: ucheb. posobie s materialami na angl. jaz* [Speech communication in tourism: a training manual with materials in English]. Moscow: Dashkov i K; Nauka-Spekt.
7. Pochepcov G.G. (2001) *Teorija kommunikacii* [Communication theory]. Kiev: Vakler; Moscow: Reff-buk.
8. Apresjan R.G. (2008) Cennostnye paradigmy vospitaniya [Value paradigms of education]. // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta - Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 1. pp. 91-97.
9. Gusejnov A.A. (1982) *Zolotoe pravilo npravstvennosti* [The golden rule of morality]. Moscow: Molodaja gvardija.
10. Gusejnov A.A., Irrlitc G. (1987) *Kratkaja istorija jetiki* [A Short History of Ethics]. Moscow: Mysl'.

Received 29 June 2016