

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И
ПРОВЕДЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
«ПРАКТИКУМ ПО ПЕРЕВОДУ МЕРОПРИЯТИЙ»

Специальность
Направленность(профиль)

Год начала обучения
Форма обучения

45.05.01 Перевод и переводоведение
Лингвистическое обеспечение
межгосударственных отношений
2026
очная

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Содержание лабораторных работ

Список литературы

ВВЕДЕНИЕ

Методические рекомендации к практическим занятиям студентов по дисциплине «Практикум по переводу мероприятий» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по специальности 45.05.01 – Перевод и переводоведение.

Основной **целью** обучения в рамках данного курса является формирование у студентов профессиональных умений и навыков перевода, осуществления коммуникации в ситуациях делового общения и переводческого сопровождения мероприятий различного уровня.

В **задачи** дисциплины входит ознакомление студентов с характеристиками делового стиля иностранного языка, лексико-грамматическими и стилистическими особенностями текстов на разнообразную тематику. В ходе преподавания дисциплины акцент должен быть сделан на обучение студентов переводу с учётом стиля и жанровой специфики текстов и некоторых различий жанров в исходном и переводящем языках. Студенты должны усвоить критерии оценки качества перевода и усовершенствовать навыки устного последовательного перевода.

Выпускники должны обеспечивать высококачественный перевод, с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических норм, владеть методикой предпереводческого анализа текста, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях, владеть международным этикетом и правилами поведения переводчика в различных ситуациях и обеспечивать межкультурное общение в различных профессиональных сферах.

Задачи курса состоят в формировании компетенций, относящихся как к собственно переводческой деятельности (овладение грамматическими и лексико-семантическими аспектами двустороннего перевода (английский, немецкий и русский языки), так и к связанным с ней аспектам профессиональной работы (рациональная организация труда переводчика, работа со словарями, справочниками и энциклопедической литературой, ведение переводческой картотеки, использование современных средств хранения и обработки информации, принципы оформления переводческой документации, вопросы переводческой этики, самостоятельная работа над повышением своей квалификации и др.).

Воспитательная и образовательная задачи курса состоят в подготовке студентов к профессиональной деятельности на высоком уровне, который предполагает наличие таких профессиональных и личностных качеств, как: ответственность за качество своей работы и личная дисциплина; инициативность, любознательность, патриотизм, интернационализм; соблюдение правил этики и морали в профессиональной деятельности; стремление к самосовершенствованию; постоянное повышение общей эрудированности и общекультурного кругозора; поиск способов повышения своей квалификации.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Практикум по переводу мероприятий», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции: ПК-5, ПК-6.

Оборудование и материалы: специальное оборудование для выполнения лабораторных работ по данной дисциплине не требуется.

Указания по технике безопасности: Студенты проходят инструктаж по технике безопасности на первом занятии. Инструкция представлена в Приложении 1.

8 семестр

Лабораторная работа 1.

Тема 1. Речевое произведение и его функция. Информация и сообщение.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод текста
2. Переведите на слух в быстром темпе

TEXT 1

The houses of parliament

The Houses of Parliament, otherwise known as The Palace of Westminster, stands on the site where Edward the Confessor had the original palace built in the first half of the eleventh century. In 1547 the royal residence was moved to Whitehall Palace, but the Lords continued to meet at Westminster, while the commons met in St. Stephen's Chapel. Ever since these early times, the Palace of Westminster has been home to the English Parliament.

In 1834 a fire broke out which destroyed much of the old palace, all that remained was the chapel crypt, The Jewel Tower and Westminster Hall. It was Lord Melbourne, the Prime Minister, who saved the great hall by arranging for the fire engines to be brought right into the hall and personally supervising the fire fighting operation.

The magnificent Gothic Revival masterpiece you see today was built between 1840 and 1888, this was the work of Charles Barry who designed the buildings to blend with nearby Westminster Abbey. The two imposing towers, well known landmarks in London, are the clock tower, named after its thirteen ton bell called Big Ben, and Victoria tower, on whose flag pole the Union Jack flies when parliament is sitting. Much of the Victorian detail of the interior was the work of Barry's assistant Augustus Pugin.

Entrance to Westminster Hall is permitted only as part of a guided tour, otherwise it can be viewed from St. Stephen's porch above. The hall measuring 240 feet by 60 feet has an impressive hammerbeam roof of oak and is one of the most imposing medieval halls in Europe. In this noble setting coronation banquets were held until 1821. It was used as England's highest court of law until the nineteenth century and it was here that Guy Fawkes was tried for attempting to blow up the

House of Lords on 5th November 1605. The statue of Oliver Cromwell, which stands outside the hall, reminds us it was here in 1653 that he was sworn in as Lord Protector.

The route to the upper and lower houses takes you through the huge wooden doors into St. Stephen's hall. The vaulted ceiling and murals were designed by Barry to replicate the medieval chapel where the commons met until 1834. From here you are ushered into the well known octagonal Central Lobby, whose tiled walls are inscribed with Latin mottos. This is the central meeting place where constituents can meet or "lobby" their Members of Parliament. It is from here that you will be shown your direction either to the House of Lords or Commons.

House of Commons.

An incendiary bomb destroyed the House of Commons in 1941. A reconstruction of Barry's original design for the house, taken from St. Stephen's chapel, the commons old meeting place, was completed in 1950. The seating arrangement in the house is reminiscent of choir stalls, the members of the cabinet sit on the front benches while opposition senior members sit directly opposite. The distance between the benches marked out on the floor in red lines, is exactly two sword lengths and one foot apart. Members are not allowed to cross these lines, thus ensuring that debates are kept orderly. In the centre of the floor stands the Table of the House, on which the mace is placed at the start of each parliamentary sitting; this is the Speaker's sceptre. The speaker of the house presides over sittings, keeping order.

House of Lords.

The House of Lords decorated in scarlet and gold has all the grandeur one would expect in this chamber. This is where Her Majesty the Queen comes to open Parliament each November. Placed beneath a regal canopy, the gold throne which dominates the house is where the Queen sits to deliver the traditional opening speech. The Lord Chancellor sits opposite, on the famous Woolsack, this is a large scarlet cushion filled with wool, a tradition dating back to the middle ages when wool was England's largest export.

Visiting the Houses of Parliament.

Entry is through St. Stephen's Entrance, where you can join a queue for the public galleries, known as Strangers Galleries. Debates in the commons take place on Mon. Tues. and Thurs. from 2-30 pm; Wed. & Fri. from 9-30 am.

The busiest and most interesting time to visit the House is during Prime Minister's Question Time. If you wish to attend Prime Minister's Question Time you must book a ticket through your MP or your embassy. Prime Minister's Question Time is on Wed. from 12pm - 12-30pm.

The House of Lords sit on Mon. - Wed. From 2-30; On Thurs. From 3pm; If a sitting takes place on Friday it commences at 11am.

Both houses recess at Christmas, Easter and from August to mid October.

ТЕХТ 2

1. Дома Парламента являются, пожалуй, самым популярным и широко распространенным символом Лондона, известным и признанным во всем мире. В этом знаменитом дворце множество залов для собраний и различных парламентских кабинетов.

2. Вестминстерский дворец, вместе с Башней Виктории и Часовой башней - на которой находятся самые известные часы в мире, Биг Бен - формируют безошибочно узнаваемый архитектурный комплекс.

3. Башни и здания парламента связаны не только архитектурно, но и демократическим духом, что правит в политической жизни Палаты общин.

4. Если парламент заседает - британские парламентские дебаты представляют собой пример политического зрелища - флаг развивается на вершине башни Виктория в течение всего дня.

5. Если дебаты продолжаются в ночное время - что довольно часто бывает в динамической парламентской жизни Великобритании, особенно, если обсуждаются вопросы очень важные для нации в настоящее время - свет горит над Биг-Беном в Часовой башне. Этот свет в ночное время и флаг в дневное время - сигнал для людей, что члены парламента, каждый со своей политической точкой зрения, блюдают интересы нации.

6. Здания Парламента можно посещать общественности. Вход через дверь расположенную у подножия башни Виктория и рядом с Королевской аркой. Посетители начинают осмотр с Королевской галереи, а затем переходят в Палату лордов. Здесь есть исторический мешок с шерстью, где лорд-канцлер занимает место и председательствует на заседаниях.

7. Отсюда посетители проходят в Центральный коридор, пересекая Прихожую Палаты лордов.

8. Исторические фрески, украшающие стены Центрального коридора являются очень интересными. Проходя мимо Прихожей Палаты общин, посетители проходят в саму Палату общин.

9. В конце Палаты общин находится трон спикера, по правую сторону от которого сидят члены парламентского большинства. Члены групп, которые образуют оппозицию сидят слева, прямо напротив скамьи правительства.

10. Еще один интересный момент в здании парламента - зал Св. Стефана, который украшают очень ценные фрески. Из зала Святого Стефана вы попадаете в Вестминстер-Холл. Это одно из самых старых зданий в Лондоне.

Лабораторная работа 2.

Тема 2. Инвариант сообщения и инвариант перевода. Акт коммуникации.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1.Выполните зрительно-устный перевод

TEXT

How the USA Constitution Began

If you read this story you'll be able to find a common language with any American. All of them are very proud of their Constitution.

The USA Constitution was written by fifty-five men who met at Philadelphia Convention in 1787. In four months they wrote the Constitution which has lasted over 200 years!

All were white men. The average age was forty-two. Many of these men had been leaders during the American Revolution. About three-fourths of them had served in Congress. Most were leaders in their states. Some were rich, but most were not. None were poor.

There were no native Americans among the delegates. There were no women. There were no black men or slaves. Poor farmers were not present either.

George Washington, James Madison, and Benjamin Franklin were the three important delegates to the Convention.

George Washington came from Virginia. He was probably the most respected man in the country. As the commander-in-chief of the American army during the Revolution, he was a great hero to most people.

Then he had retired to his plantation and would have liked to remain there. However, his friends told him he should attend the convention. They said his support was necessary to get a new constitution accepted by the people. Since Washington thought a stronger national government was necessary, he came to Philadelphia.

James Madison is often called the "Father of the Constitution". His ideas about government greatly influenced the other delegates. He had already developed a written plan for the new government which he brought to Philadelphia. It was known as the Virginia plan and it called for a strong national government. Madison took notes during the meetings. Much of what we know about the Philadelphia Convention is based on his notes.

Benjamin Franklin attended the convention as a delegate from Pennsylvania. He was 81 years old and in poor health. Like Washington, he was highly respected by the Americans. He had been a printer, inventor and writer. He had also helped the country develop good relations with other nations. At the convention, he encouraged the delegates to cooperate with each other and work hard to settle their differences. His support of the Constitution was important to the other delegates.

Once the Framers reached these agreements, it was time to get down to work and create a constitution.

Delegates from states with large populations believed that a state with more people should have more votes in Congress.

During the long debates, the Framers could not reach a decision on this issue. Neither side was willing to give in. The delegates were almost ready to quit and go home. A special committee of one delegate from each state was formed to try and find a solution. The members of the committee worked hard to find a compromise a majority of the delegates would accept.

The result of the committee's work is known as the Great Compromise. The main parts of this compromise were:

- * Congress would have two parts, or houses. These houses would be the Senate and the House of Representatives.
- * Each state, large or small, would have 2 representatives in the Senate.
- * In the House, the number of representatives of each state would be based on the number of people living in that state. By May 25, 1787, the delegates from over half of the states had arrived in Philadelphia. From the start, the Framers agreed on 4 things:
 1. George Washington would serve as president of the convention.
 2. Each state, large or small, would have one vote at the convention.

3. They would not follow the instructions Congress had given them. They would not even try to improve the Articles of confederation. They thought the Articles had too many weaknesses. Instead, they decided to write an entirely new constitution.

4. They would keep their discussions private. They also decided that what they said at the convention would remain a secret for 30 years. There were 2 reasons for this:

- * They believed they needed to speak freely to create the best possible constitution. If people could listen to them and tell others what they said, they would not feel as free to discuss their ideas.

- * They wanted the new constitution to be accepted by the people. They were afraid that the people might not accept it if they knew all the disagreements the Framers had. The agreement meant that each state would have equal power in the Senate. The states with more people would have more power in the House of Representatives. However, no law could be passed unless a majority of both the Senate and the House of Representatives voted for it. Because of this compromise large and small states could check each other's power and protect their own interests.

Лабораторная работа 3.

Тема 3. Коммуникативное задание. Коммуникация и процесс перевода.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод текста

TEXT

History of the media

America's earliest media audiences were quite small. These were the colonies' upper class and community leaders - the people who could read and who could afford to buy newspapers. The first regular newspaper was the Boston News-letter, a weekly started in 1704 by the city's postmaster, John Campbell. Like most papers of the time, it published shipping information and news from England. Most Americans, out in the fields, rarely saw a newspaper. They depended on travelers or passing townsmen for this news.

When rebellious feelings against Britain began to spread in the 1700s, the first battles were fought in the pages of newspapers and pamphlets. Historians consider the birth of America's free-press tradition to have begun with the 1734 trial of John Peter Zenger. Zenger, publisher of the New York Weekly Journal, had boldly printed stories that attacked and insulted Sir William Cosby, the colony's unpopular royal governor.

Cosby ordered Zenger's arrest on a charge of seditious libel. As the King's representative, royal governors had the power to label any report they disliked — true or not — "libelous," or damaging to the government's reputation and promoting public unrest. Zenger's lawyer, Andrew Hamilton, argued that "the truth of the facts" was reason enough to print a story. The American jury agreed, ruling that Zenger had described Cosby's administration truthfully.

Perhaps one of America's greatest political journalists was one of its first, Thomas Paine. Paine's stirring writings, urging independence made him the most persuasive "media" figure of the American Revolution against Britain in 1776. His pamphlets sold thousands of copies and helped mobilize the rebellion.

By the early 1800s, the United States had entered a period of swift technological progress that would mark the real beginning of "modern media." The inventions of the steamship, the railroad and the telegraph brought communications out of the age of windpower and horses. The high-speed printing press was developed, driving down the cost of printing. Expansion of the educational system taught more Americans to read and sparked their interest in the world.

Publishers realized that a profitable future belonged to cheap newspapers with large readerships and increased advertising. In 1833 a young printer named Benjamin Day launched the New York Sun, the first American paper to sell for a penny. Until then, most papers had cost six cents. Day's paper paid special attention to lively human interest stories and crime. Following Day's lead, the press went from a small upper class readership to mass readership in just a few years.

It was a time that shaped a breed of editors who set the standard for generations of American journalists. Many of these men were hard-headed reformers who openly

sided with the common man, opposed slavery and backed expansion of the frontier. They combined idealism with national pride, and their papers became the means by which great masses of new immigrants were taught the American way of life.

Competition for circulation and profits was fierce. The rivalry of two publishers dominated American journalism at the end of the century. The first was Joseph Pulitzer (1847—1911), a Hungarian immigrant whose Pulitzer prizes have become America's highest newspaper and book honors. His papers, the St. Louis Post-Dispatch and the New York World, fought corporate greed and government corruption, introduced sports coverage and comics, and entertained the public with an endless series of promotional stunts. By 1886 the World had a circulation of 250,000, making it the most successful newspaper up to that time.

The second publisher was William Randolph Hearst, who took Pulitzer's formula to new highs — and new lows — in the San Francisco Examiner and the New York Journal. Hearst's brand of outrageous sensationalism was dubbed "yellow journalism" after the paper's popular comic strip, "The Yellow Kid." Modern media critics would be horrified at Hearst's coverage of the Spanish-American War over Cuba in 1898. For months before the United States declared war, the Journal stirred public opinion to near hysteria with exaggerations and outright lies. When Hearst's artist in Cuba found no horrors to illustrate, Hearst sent back the message:

"Please remain. You furnish the pictures and I'll furnish the war."

Pulitzer and Hearst symbolized an era of highly personal journalism that faded early in this century. The pressure for large circulation created one of today's most important press standards: objective, or unbiased, reporting. Newspapers wanted to attract readers of all views, not drive them away with one-sided stories. That meant editors began to make sure all sides of a story were represented. Wider access to the telephone helped shape another journalistic tradition: the race to be first with the latest news.

The swing to objective reporting was the key to the emergence of The New York Times. Most journalists consider the Times the nation's most prestigious newspaper. Under Adolph S. Ochs, who bought the paper in 1896, the Times established itself as a serious alternative to sensationalist journalism. The paper stressed coverage of important national and international events — a tradition which still continues. Today the Times is used as a major reference tool by American libraries, and is standard reading for diplomats, scholars and government officials.

The New York Times is only one of many daily newspapers that have become

significant shapers of public opinion. Among the most prominent are The Washington Post, the Los Angeles Times, the Boston Globe, and the Christian Science Monitor. The Miami Herald, for instance, responded to the needs of its city's influx of Spanish-speaking residents by presenting extensive coverage of Latin America and printing a separate Spanish edition. Satellite technology has made possible the first genuinely nationwide newspapers — from the sober, thorough business paper, the Wall Street Journal, to the bright colors and personality orientation of USA Today.

Another recent phenomenon is the proliferation of supermarket tabloids, weeklies sold chiefly at grocery store check-out lines. Although they look like newspapers, these publications carry little hard news and stress items about celebrities, human interest stories about children and pets, and diet and health tips. The leading tabloid, the National Enquirer, claims a circulation of more than 4,000,000.

The total number of daily newspapers in the United States is shrinking — from 1,748 in 1970 to 1,642 in 1988. In 1923, there were 503 communities with more than one daily newspaper. By 1988, only 49 cities had more than one paper. There are several reasons for this trend. The movement of people from cities to suburbs led to the demise of some city dailies and the creation of weekly suburban newspapers that emphasized local community happenings and drew revenues from local advertisers. And members of busy households in which both husband and wife worked outside the home found they had less time to read and often stopped buying an afternoon newspaper. But the most important reason was probably the growing popularity of television. While newspapers are read in 62 million of the nation's 91 million households, 98 per cent of all American homes are equipped with at least one television. And a Roper Organization poll found that 65 per cent of Americans use television as their primary source of news. Since newspapers cannot report the news as quickly as radio and television, many papers have changed their emphasis, concentrating on features, personality profiles and in-depth news analysis rather than fast-breaking headline stories.

Лабораторная работа 4.

Тема 4. Виды переводческой деятельности

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенях карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Повторите в быстром темпе:

экспресс-интервью — express-interview
интервью с поля боя — combat interviews
стиль проведения интервью — style of interviewing
последовательные интервью — successive interviews
проведение глубинного интервью — depth interviewing
ожидаемая пауза при проведении интервью — expectant pause in interviewing
интервью, следующие встык друг за другом — back-to-back interviews
телефонное интервью, записанное на магнитофон — beeper report
берущий интервью без предварительного согласования — door stepper
встреча для проведения интервью; встреча для интервью — interviewing session
интервью на улице; интервью прохожих; уличное интервью — street encounter
беседа или интервью со знаменитостью, видным деятелем и т. п. — talk /chat/ show
на просьбу об интервью репортер получил от мэра вежливый отказ — the reporter got a polite brush-off when he asked the mayor for an appointment
интервью, повествующие о любовной связи со знаменитостью; статья; книга — kiss and tell

2. Выступите в роли переводчика.

- Hello! I am a correspondent of the youth magazine "All stars". I would like to have an interview about the most wonderful day in your life.
- I don't like to give interviews, but I'll make an exception for the youth magazine.
- Thank you. Please, tell me which day is the most memorable and remarkable day in your life.
- Oh, it's very difficult to choose the best day in your life, but I will try. I think. it was my solo concert at the Youth Song festival in Jurmala. It was really cool. The Black sea, lovely sun, crowds of people who sincerely love you. Unforgettable impression!
- Please give me your favorite pictures from this festival, and we will publish them in our magazine.
- With a pleasure.
- Thank you.
- Good luck
- You are welcome.

Здравствуйте! Я корреспондент молодежного журнала "Все звезды". Мне бы хотелось иметь интервью о самом замечательном дне в вашей жизни.

- Я не люблю давать интервью, но для молодежного журнала я сделаю исключение.

- Спасибо Вам. Скажите, пожалуйста, какой день является самым памятным и замечательным днем в Вашей жизни?

- О, это очень трудно выбрать самый лучший день в жизни, но я попробую. Скорее всего, это мой сольный концерт на фестивале молодежной песни в Юрмале. Это было действительно здорово. Рядом Черное море, ласковое солнце, толпы людей, которые искренне тебя любят. Незабываемое впечатление!

- Дайте, пожалуйста, Ваши любимые фотографии с этого фестиваля, мы опубликуем их в нашем журнале.

- С удовольствием.

- Спасибо Вам. Удачи.

- Всего хорошего.

Лабораторная работа 5.

Тема 5. Мнемотехника. Тренировка памяти.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Тренировка последовательного перевода: оратор – переводчик.

В 2004 году в Словении состоялась крупная конференция, целью которой было наведение мостов между исследователями, местным населением и политиками.

In 2004, Slovenia was the setting of a major conference that was aimed at building bridges between researchers, local people and politicians.

В 2006 году была проведена крупная конференция по этому вопросу, в которой приняли участие представители практически всех конфессий.

In 2006, a major conference had been held on the matter, attended by representatives of virtually all religious denominations.

В Турции состоится крупная конференция по предупреждению лесных пожаров и борьбе с ними с уделением особого внимания восточному Средиземноморью.

A major conference on forest fire prevention and control, with a special focus on the eastern Mediterranean, will be held in Turkey.

Была организована крупная конференция без проведения конкурсных торгов и рассылки приглашений на представление предложений.

A major conference was organized without competitive bidding or the solicitation of proposals.

Только что в Сенегале завершила свою работу крупная конференция по возобновляемым источникам энергии, в финансировании которой приняло участие правительство Германии.

A major conference on renewable energy, co-financed by the Government of Germany, had just been concluded in Senegal.

В июне 2004 года в Женеве была проведена крупная конференция на тему «Удовлетворение потребностей палестинских беженцев на Ближнем Востоке: укрепление партнерства в поддержку БАПОР», и заинтересованные участники надлежащим образом осуществляют ее основные рекомендации.

In June 2004 a major conference had been held in Geneva on "Meeting the Needs of Palestine Refugees in the Near East: Building Partnership in Support of UNRWA", and the stakeholders were duly implementing its key recommendations.

В 2003 году в Киото, Япония, состоится крупная конференция, посвященная проблемам пресной воды, третий Всемирный форум по водным ресурсам, организованный Всемирным советом по водным ресурсам и проводимый правительством Японии.

In 2003, a major conference dedicated to freshwater issues, the Third World Water Forum, organized by the World Water Council and hosted by the Government of Japan, will be held in Kyoto, Japan.

Специальный представитель Генерального секретаря в МУНИУЖ также выступила в поддержку этого, отметив, что в 2003 году состоится крупная конференция по средствам телекоммуникации, организуемая Международным союзом электросвязи, и что МУНИУЖ мог бы внести свой вклад в проведение этой конференции.

The Special Representative of the Secretary-General to INSTRAW also supported this by noting that in 2003 there would be a major conference on telecommunications, organized by the International Telecommunications Union, and that INSTRAW could provide input to the conference.

В течение отчетного периода за пределами Центральные учреждений в Нью-Йорке была проведена одна крупная конференция Организации Объединенных Наций.

A major United Nations conference took place away from New York Headquarters during the period under review.

Через несколько дней здесь, в Центральных учреждениях Организации Объединенных Наций, будет проводиться крупная конференция гражданского общества по предотвращению кризисов.

In a few days' time, a major civil-society conference on prevention will be held here at United Nations Headquarters.

В сентябре 2008 года в Стокгольме под эгидой Конвенции и Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде в консультации с секретариатом РКИКООН была проведена крупная конференция и общее совещание на тему "Загрязнение воздуха и изменение климата: разработка основы для комплексных стратегий получения сопутствующих выгод".

A recent major conference and workshop entitled "Air Pollution and Climate Change: Developing a Framework for Integrated Co-benefit Strategies" was held in September 2008 in Stockholm under the auspices of the Convention and the United Nations Environment Programme, and in consultation with the UNFCCC secretariat.

Крупная конференция на уровне министров прошла в Праге, и в настоящее время планируется проведение еще одной конференции под эгидой Франции.

A major ministerial conference was held in Prague and a new one is scheduled, under the auspices of France.

Лабораторная работа 6.

Тема 6. Перевод небольших новостных сообщений на слух.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод текста.

Глава государства поблагодарил российских военных и отметил необходимость продолжать борьбу с международным терроризмом.

Россия искренне готова принять участие в решении мировых и региональных проблем там, где это участие необходимо, заявил президент РФ Владимир Путин. "Но мы понимаем меру своей ответственности и действительно искренне готовы принять участие в решении мировых и региональных проблем, конечно, там, где наше участие уместно, востребовано и необходимо", - сказал глава государства.

Также президент Владимир Путин отметил, что в отличие от некоторых зарубежных коллег, Россия не ищет и не будет искать врагов, напротив, нам нужны друзья. "Мы будем сами распоряжаться своей судьбой без чужих подсказок, при этом мы настроены на диалог и строить международные отношения. К сожалению, десятилетия после холодной войны пропали даром", - сказал глава государства. Приоритетом во внешней политике при этом Владимир Путин назвал взаимодействие с другими странами СНГ. По его словам, обсуждается создание большого евразийского партнерства с привлечением стран Евросоюза. Важное направление: сотрудничество с Индией. У нас огромный потенциал в самых разных направлениях. "Также планируем развивать сотрудничество с Японией и новой американской администрацией. Взаимодействие России и США отвечает интересам всего мира", - отметил Владимир Путин.

Лабораторная работа 7.

Тема 7. Тренировка универсальной переводческой скорописи.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Переведите фрагмент интервью.

Тема ЭКСПО-2017 – "Энергия будущего" – в большей степени будет посвящена возобновляемым источникам энергии. Как Россия со своими могучими природными ресурсами планирует вписаться в общую повестку мероприятий

- Со стороны это выглядит как вызов нам и любой другой стране, богатой природными энергетическими ресурсами. Но на самом деле наличие богатых природных ресурсов не означает, что мы не думаем о будущем. И в нашей стране активно строятся парки ветряных электростанций. Возможно, темпы развития не настолько стремительны, как в той же Европе, но сравнения здесь бессмысленны по многим причинам. И все же мы не стоим на месте, мы строим ветряные парки, развиваем солнечную энергетику, выводим микрогенерацию на уровень простого потребителя.
- **Должно ли государство поддерживать предприятия, внедряющие высокотехнологичные производства, обсуждается ли этот вопрос в правительстве?**
 — Безусловно, должно, и такие вопросы часто являются предметом горячих обсуждений в правительстве. Государство принимает активное участие в реализации крупных проектов в энергетическом и промышленном секторах, как частных, так и в формате государственно-частного партнерства. Я полагаю, что как раз эти вопросы стоит обсудить здесь, на площадке ЭКСПО.
- **Какая культурная программа будет представлена РФ?**
 - В выставке будут принимать участие достаточно большое количество регионов Российской Федерации. Уже подтвердили участие Свердловская область, Санкт-Петербург, Челябинская область и масса других регионов. Наряду с деловой проблематикой будут организованы и культурные мероприятия, выступления артистов. График запланированных мероприятий мы представим в ближайшее время.
- **Запланированы ли в рамках ЭКСПО-2017 визиты на высоком уровне?**
 — Визиты запланированы. Мы надеемся на визит на высшем уровне, на визиты на высоком уровне. Потому что на выставке в Шанхае в 2010 году, на выставке в Милане в 2015 году лидер государства присутствовал.
- **Поделитесь, пожалуйста, наиболее интересными, на ваш взгляд, проектами, которые зрители увидят на выставке?**
 — Мы готовим отдельное мероприятие для СМИ, где сможем раскрыть детали программы российской секции, павильона и культурных мероприятий. Оно запланировано на конец марта — начало апреля.

Семестр 9.

Лабораторная работа 1.

Тема 1. Перевод коротких новостных сообщений с листа и на слух.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод

ТЕКСТ

ВАШИНГТОН, 1 мар — РИА Новости, Алексей Богдановский.

Экс-губернатор Юты Джон Хантсман рассматривается на пост посла США в Москве, сообщил телеканал CNN со ссылкой на источники.

При этом газета Wall Street Journal сообщила накануне, что Хантсман может стать вторым по значимости чиновником госдепартамента — первым заместителем госсекретаря.

Хантсман был губернатором Юты в 2005-2009 годах, послом США в Сингапуре (1992-1993) и в Китае (2009-2011). Ушел в отставку с поста посла в КНР, чтобы баллотироваться в президенты США, но не имел успеха на республиканских праймериз.

До этого Хантсман занимал посты в первого зампомощника министра торговли и первого заместителя торгового представителя США.

Лабораторная работа 2.

Тема 2. Перевод небольших документальных видеороликов на слух.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод текста. Определите лексико-грамматические особенности текста:

TEXT

Конвенция о правах ребенка

Принята резолюцией 44/25 Генеральной Ассамблеи от 20 ноября 1989 года.

Государства-участники настоящей Конвенции,

считая, что в соответствии с принципами, провозглашенными в Уставе Организации Объединенных Наций, признание присущего достоинства, равных и неотъемлемых прав всех членов общества является основой обеспечения свободы, справедливости и мира на Земле,

признавая, что Организация Объединенных Наций во Всеобщей декларации прав человека и в Международных пактах о правах человека провозгласила и согласилась с тем, что каждый человек должен обладать всеми указанными в них правами и свободами без какого бы то ни было различия по таким признакам, как раса, цвет кожи, пол, язык, религия, политические или иные убеждения, национальное или социальное происхождение, имущественное положение, рождение или иные обстоятельства,

напоминая, что Организация Объединенных Наций во Всеобщей декларации прав человека провозгласила, что дети имеют право на особую заботу и помощь,

принимая во внимание, что необходимость в такой особой защите ребенка была предусмотрена в Женевской Декларации прав ребенка 1924 года и Декларации прав ребенка, принятой Генеральной Ассамблеей 20 ноября 1959 года, и признана во Всеобщей декларации прав человека, в Международном пакте о гражданских и политических правах, в Международном пакте об экономических, социальных и культурных правах, а также в уставах и соответствующих документах специализированных учреждений и международных организаций, занимающихся вопросами благополучия детей, признавая важность международного сотрудничества для улучшения условий жизни детей в каждой стране, в частности в развивающихся странах, согласились о нижеследующем:

1. Государства-участники уважают и обеспечивают все права, предусмотренные настоящей Конвенцией, за каждым ребенком, находящимся в пределах их юрисдикции, без какой-либо дискриминации, независимо от расы, цвета кожи, пола, языка, религии, политических или иных убеждений, национального, этнического или социального происхождения, имущественного положения, состояния здоровья и рождения ребенка, его родителей, усыновителей или законных опекунов или каких-либо иных обстоятельств.
2. Государства-участники принимают все необходимые меры для обеспечения защиты ребенка от всех форм дискриминации или наказания на основе статуса, деятельности, выражаемых взглядов или убеждений ребенка, родителей ребенка, законных опекунов или иных членов семьи.

3. Во всех действиях в отношении детей, независимо от того, предпринимаются они государственными или частными учреждениями, занимающимися вопросами социального обеспечения, судами, административными или законодательными органами, первоочередное внимание уделяется наилучшему обеспечению интересов ребенка.

4. Ребенок имеет право свободно выражать свое мнение; это право включает свободу искать, получать и передавать информацию и идеи любого рода, независимо от границ в устной, письменной или печатной форме, в форме произведений искусства или с помощью других средств по выбору ребенка.

Лабораторная работа 3-6.

Тема 3. Интервью с известными личностями на актуальную тематику (люди искусства, политики, бизнесмены и др.).

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните реферирование текста.

Computers project that between now and the year of 2030 we are going to have increase of the average temperature between 1,5—4,5 Degrees C. Sea levels would rise by several metres, flooding coastal areas and ruining vast tracts of farmland. Huge areas would be infertile and become uninhabitable. Water contamination could lead to shortages of safe drinking water. It looks like the end of civilization on the Earth. For hundreds of thousands of years the human race has thriven in Earth's environment.

But now, at the end of the 20th century, we are at a crucial turning point. We have upset nature's sensitive equilibrium releasing harmful substances into the air, polluting rivers and oceans with industrial waste and tearing up the countryside to accommodate our rubbish. These are the consequences of the development of civilization. We are to stop it by joint efforts of all the people of the world. The range of environmental problems is wide.

But the matters of people's great concern nowadays are atmosphere and climate changes, depletion of the ozone layer, freshwater resources, oceans and coastal areas, deforestation and desertification, biological diversity, biotechnology, health and chemical safety. United Nations Environment Programme (UNEP) concentrates its activities on these issues. Acid Rains One of the most alarming forms of air pollution is acid rain. It results from the release into the atmosphere of sulphur and nitrogen oxides that react with water droplets and return to earth in the form of acid rain, mist or snow.

Acid rain is killing forests (Nearly every species of tree is affected) It has acidified lakes and streams and they can't support fish, wildlife, plants or insects. Depletion of the Ozone Layer The protective layer of the Earth, the ozone layer, which protects the Earth from the sun's destructive UV (ultraviolet) rays, is being damaged by CFCs (chlorofluorocarbons). They are released by the daily use of industrial and household products: refrigerators, air conditioners, foam insulation, cleaning chemicals, food packaging. In the ozone layer they attack the ozone molecules making a «hole». This «hole» allows more UV rays to penetrate to the Earth. It increases the risk of skin cancer, weakens the immune system of people.

Besides, UV rays influence the oceans, the growth of plankton, an essential part of the marine-life food chain in the negative way, reduce economically important-crops (rice, cotton, soy beans).

The life cycle is going to be undermined by the ozone. Destruction of the Tropical Forest It's generally agreed that the destruction of the tropical forest has a major impact on the world climate. The tropical rain forest is a natural recycler, provider and protector for our planet. It recycles carbon, nitrogen and oxygen, helps determine temperature, rainfall and other climatic conditions and supports the most diverse ecosystem in the world. Deforestation could cause one forth of all species on earth to vanish in the next 25 years.

These forests in Amazonia, South-East Asia and West and Central Africa are being destroyed at an alarming rate of 42 million acres per year. Measures to Be Taken We have only a few years to attempt to turn things around. We must review our wasteful, careless ways, we must consume less, recycle more, conserve wildlife and nature, act according to the dictum «think locally, think globally, act locally».

To my mind, we are obliged to remove factories and plants from cities, use modern technologies, redesign and modify purifying systems for cleaning and trapping harmful substances, protect and increase the greenery and broaden ecological education. These are the main practical measures, which must be taken in order to improve the ecological situation. Some progress has been already made in this direction. 159 countries-members of the UNO have set up environmental protection agencies.

They hold conferences discussing ecological problems, set up environmental research centres and take practical urgent measures to avoid ecological catastrophe. There are numerous public organisations such as Greenpeace that are doing much to preserve environment. The 5th of June is proclaimed the World Environmental Day by the UNO and is celebrated every year.

Лабораторная работа 7-10.

Тема 4. Перевод ролевых конференций по актуальной тематике.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выявите основные переводческие трансформации.

Japan centenarians at record high / Япония бьет рекорды по числу

долгожителей

The number of Japanese people hitting the landmark age of 100 has reached record levels.

Число японцев, доживших до столетнего возраста, достигло рекордного уровня.

There are now 36,276 centenarians in the country – a rise of 4,000 on last year's figure, a report by the Health and Welfare Ministry found.

В докладе Министерства здравоохранения и социального обеспечения говорится, что в сегодня стране насчитывается 36 276 человек, которым сто и более лет, – это на 4000 человек больше, чем число столетних

граждан в прошлом году.

Women make up the vast majority of those who are living past 100.

Среди тех, кто живёт более ста лет, женщины составляют подавляющее большинство.

Japan has one of the world's longest life expectancies, but there are concerns about the burden this is placing on society.

В Японии средняя продолжительность жизни граждан является одной из самых длинных в мире, однако существует беспокойство относительно бремени, которое это явление накладывает на общество.

Both the country's pension system and social services are under pressure from its burgeoning greying population.

И пенсионная система страны и социальные службы испытывают давление растущей "седовласой популяции".

Active lives

Активная жизнь

According to the latest figures, almost 20,000 people were set to turn 100 this year alone – receiving a congratulatory silver cup and letter from the prime minister.

Согласно самым последним данным, почти 20 000 человек перейдут за столетий рубеж только в этом году. Достигшие столетия получают поздравительное письмо и серебряную чашу от премьер-министра.

While the number of Japan's centenarians has been rising for the last 40 years, the figures have accelerated in the past decade.

Наряду с тем, что число японских "столетних" постоянно увеличивалось в течение последних сорока лет, это число возросло в течение последнего

Лабораторная работа 11-13.

Тема 5. Перевод пресс-конференций

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выявите трансформации.

UK man lands 'world's best job' / Мужчина из Великобритании добивается

"лучшей работы в мире"

A British man has been appointed the new caretaker of an Australian tropical island, a six-month position described as "the best job in the world".

Один британец был назначен новым временным управляющим австралийского тропического острова, эта шестимесячная должность характеризуется как "лучшая работа в мире".

Ben Southall, 34, a charity fundraiser from Petersfield, Hampshire, emerged from a field of over 34,000 applicants.

34 – летний Бен Сутолл сборщик благотворительных взносов из Петерсфилда, графство Гемпшир, выделился из 34-х тысяч претендентов на эту должность.

His new job requires Mr Southall to live and report from Hamilton Island, on Queensland's Great Barrier Reef.

Его новая работа требует, чтобы м-р Сутолл жил и вёл репортажи с острова Гамильтон, находящегося в районе Большого барьерного рифа, австралийского штата Квинсленд.

The process gave a global profile to Australian tourism, which has gone into decline amid the worldwide recession.

Процесс отбора привлёк большой общественный интерес в мире к туризму в Австралии, который пришёл в упадок в связи с рецессией во всём мире.

Mr Southall was chosen from among 16 finalists competing for the A\$150,000 (73,500; \$110,000) position.

М-р Сутолл был отобран из числа 16-ти финалистов, участвовавших в конкурсе за должность , с оплатой в сумме 150-ти тысяч австралийских долларов (73 тыс. фунтов стерлингов; 110 тыс. американских долларов).

Island blog

Островной блог

He was named as the successful candidate in a reality TV-style ceremony by Tourism Queensland.

Он был назван как успешный кандидат в церемонии, организованной в стиле телевизионного реалити-шоу компанией Tourism Queensland.

Mr Southall said: "To go away now as the island caretaker for Tourism Queensland and the Great Barrier Reef is an extreme honour.

М-р Сутолл сказал: Стать сейчас временным управляющим для компании Tourism Queensland и Большого барьерного рифа является чрезвычайной честью для меня.

"I hope I can fill the boots as much as everybody is expecting. My swimming is hopefully up to standard and I look forward to all the new roles and responsibilities that the task involves."

Я надеюсь, что смогу справиться настолько, насколько от меня ожидают. Мое плавание, я надеюсь, является почти образцовым, и я ожидаю с нетерпением всех новых ролей и обязанностей, которые включает моя урочная работа.

Mr Southall, who was congratulated by his vanquished rivals as his name was announced, will now begin the arduous task of preparing for life alone on the picture-perfect island.

М-р Сутолл, которого поздравили его побежденные конкуренты, когда было оглашено его имя, с этого момента начнет напряженную работу по подготовке к жизни в одиночку на живописном острове.

As well as the salary, the post of caretaker at Hamilton Island comes with a three bedroom beach home, a swimming pool and golf cart.

Наряду с жалованием, должность временного управляющего обеспечивается домом на пляже с тремя спальнями, плавательным бассейном и самоходной коляской для гольфа.

The job description requires Mr Southall "to explore the islands of the Great Barrier Reef, swim, snorkel, make friends with the locals and generally enjoy the tropical Queensland climate and lifestyle".

Должностная инструкция требует от Сутоллы исследовать острова Большого барьерного рифа, плавать, плавать под водой с маской и трубкой, заводить знакомство с местными жителями и вообще наслаждаться тропическим климатом Квинсленда и образом жизни.

Лабораторная работа 14-16.

Тема 6. Перевод интервью

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выявите трансформации.

As a thoroughly modern caretaker, Mr Southall will also be expected to report back to Tourism Queensland and the world via blogs, a photo diary, video updates and interviews.

Ожидается, что м-р Сутолл как современный управляющий будет делать репортажи для Tourism Queensland и мира посредством блога и фотодневника, обновляющихся видеороликов и интервью.

He was chosen after the finalists spent four days on Hamilton Island undergoing a rigorous selection process involving snorkelling, barbecues and time at a spa.

Он был выбран после того, как финалисты провели четыре дня на острове Гамильтон, подвергаясь строгому процессу отбора, включавшего плавание под водой с маской и трубкой, приготовление пищи на открытом воздухе на раскалённых углях и проведение свободного времени в курортном режиме.

The finalists also had to demonstrate their blogging abilities, take swimming tests and sit through in-person interviews.

Финалисты также должны были продемонстрировать свои способности вести интернет-дневник, выдержать испытания по плаванию и пройти собеседования.

The BBC's Nick Bryant, in Sydney, says Tourism Queensland deliberately chose to launch the campaign back in January, in the midst of the northern hemisphere winter, but did not expect anywhere near the global response.

Ник Бриант (Би-Би-Си) сообщает из Сиднея, что компания Tourism Queensland преднамеренно начала эту кампанию в январе, в середине зимы в северном полушарии, однако совсем не ожидала такого глобального отклика.

Web users viewed the online job description from almost every country except North Korea and a few African states, our correspondent reports.

Пользователи из каждой страны, за исключением Северной Кореи и нескольких африканских государств, подключившись к Интернету, просматривали в режиме он-лайн эти должностные инструкции.

Лабораторная работа 17-19.

Тема 7. Перевод политических текстов. Лексические грамматические и стилистические особенности.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните перевод текста

Mars Planet

Mars in astronomy, 4th planet from the sun, with an orbit next in order beyond that of the earth.

Physical Characteristics

Mars has a striking red appearance, and in its most favorable position for viewing, when it is opposite the sun, it is twice as bright as Sirius, the brightest star. Mars has a diameter of 4,200 mi (6,800 km), just over half the diameter of the earth, and its mass is only 11% of the earth's mass. The planet has a very thin atmosphere consisting mainly of carbon dioxide, with some nitrogen and argon. Mars has an extreme day-to-night temperature range, resulting from its thin atmosphere, from about 80°F (27°C) at noon to about -100°F (-73°C) at midnight; however, the high daytime temperatures are confined to less than 3 ft (1 m) above the surface.

Surface Features

A network of linelike markings first studied in detail (1877) by G. V. Schiaparelli was referred to by him as canali, the Italian word meaning "channels" or "grooves." Percival Lowell, then a leading authority on Mars, created a long-lasting controversy by accepting these "canals" to be the work of intelligent beings. Under the best viewing conditions, however, these features are seen to be smaller, unconnected features. The greater part of the surface area of Mars appears to be a vast desert, dull red or orange in color. This color may be due to various oxides in the surface composition, particularly those of iron. About one fourth to one third of the surface is composed of darker areas whose nature is still uncertain. Shortly after its perihelion Mars has planetwide dust storms that can obscure all its surface details.

Photographs sent back by the Mariner 4 space probe show the surface of Mars to be pitted with a number of large craters, much like the surface of our moon. In 1971 the Mariner 9 space probe discovered a huge canyon, Valles Marineris. Completely dwarfing the Grand Canyon in Arizona, this canyon stretches for 2,500 mi (4,000 km) and at some places is 125 mi (200 km) across and 2 mi (3 km) deep. Mars also has numerous enormous volcanoes—including Olympus Mons (c.370 mi/600 km in diameter and 16 mi/26 km tall), the largest in the solar system—and lava plains. In 1976 the Viking spacecraft landed on Mars and studied sites at Chryse and Utopia. They recorded a desert environment with a reddish surface and a reddish atmosphere. These experiments analyzed soil samples for evidence of microorganisms or other forms of life; none was found. In 1997, Mars Pathfinder landed on Mars and sent a small rover, Sojourner, to take soil samples and pictures. Among the data returned were more than 16,000 images from the lander and 550 images from the rover, as well as more than 15 chemical analyses of rocks and extensive data on winds and other weather factors. Mars Global Surveyor, which also reached Mars in 1997, has returned images produced by its systematic mapping of the surface. The European Space Agency's Mars Express space probe went into orbit around Mars in late 2003 and sent the Beagle 2 lander to the surface, but contact was not established with the lander. The American rovers Spirit and Opportunity landed successfully in early 2004.

Analysis of the satellite data indicates that Mars appears to lack active plate tectonics at present; there is no evidence of recent lateral motion of the surface. With no plate motion, hot spots under the crust stay in a fixed position relative to the surface; this, along with the lower surface gravity, may be the explanation for the giant volcanoes. However, there is no evidence of current volcanic activity. There is evidence of erosion caused by floods and small river systems. The possible identification of rounded pebbles and cobbles on the ground, and sockets and pebbles in some rocks, suggests conglomerates that formed in running water during a warmer past some 2-4 billion years ago, when liquid water was stable and there was water on the surface, possibly even large lakes or oceans. Rovers have identified minerals that only form in the presence of liquid water. There is also evidence of flooding that occurred less than several million years ago, most likely as the result of the release of water from aquifers deep underground. Data received beginning in 2002 from the Mars Odyssey space probe suggests that there is water in sand dunes found in the northern hemisphere.

Seasonal Changes

Because the axis of rotation is tilted about 25° to the plane of revolution, Mars experiences seasons somewhat similar to those of the earth. One of the most apparent seasonal changes is the growing or shrinking of white areas near the poles known as polar caps. These polar caps, which are composed of water ice and dry ice (frozen carbon dioxide). During the Martian summer the polar cap in that hemisphere shrinks and the dark regions grow darker; in winter the polar cap grows again and the dark regions become paler. The seasonal portion of the ice cap is dry ice.

Astronomical Characteristics

The mean distance of Mars from the sun is about 141 million mi (228 million km); its period of revolution is about 687 days, almost twice that of the earth. At those times when the sun, earth, and Mars are aligned (i.e., in opposition) and Mars is at its closest point to the sun (perihelion), its distance from the earth is about 35 million mi (56 million km); this occurs every 15 to 17 years. At oppositions when Mars is at its greatest distance from the sun (aphelion) it is about 63 million mi (101 million km) from the earth. It rotates on its axis with a period of about 24 hr 37 min, a little more than one earth day.

Satellites of Mars

Mars has two natural satellites, discovered by Asaph Hall in 1877. The innermost of these, Phobos, is about 7 mi (11 km) in diameter and orbits the planet with a period far less than Mars's period of rotation (7 hr 39 min), causing it to rise in the west and set in the east. The outer satellite, Deimos, is about 4 mi (6 km) in diameter.

Лабораторная работа 20-21.

Тема 8. Особенности перевода деловых текстов. Лексические грамматические и стилистические особенности деловых текстов, их различия в ИЯ и ПЯ.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните перевод текста
2. Перескажите текст

Nature Protection

Computers project that between now and the year of 2030 we are going to have increase of the average temperature between 1,5—4,5 Degrees C. Sea levels would rise by several metres, flooding coastal areas and ruining vast tracts of farmland. Huge areas would be infertile and become uninhabitable. Water contamination could lead to shortages of safe drinking water. It looks like the end of civilization on the Earth. For hundreds of thousands of years the human race has thrived in Earth's environment.

But now, at the end of the 20th century, we are at a crucial turning point. We have upset nature's sensitive equilibrium releasing harmful substances into the air, polluting rivers and oceans with industrial waste and tearing up the countryside to accommodate our rubbish. These are the consequences of the development of civilization. We are to stop it by joint efforts of all the people of the world. The range of environmental problems is wide.

But the matters of people's great concern nowadays are atmosphere and climate changes, depletion of the ozone layer, freshwater resources, oceans and coastal areas, deforestation and desertification, biological diversity, biotechnology, health and chemical safety. United Nations Environment Programme (UNEP) concentrates its activities on these issues. Acid Rains One of the most alarming forms of air pollution is acid rain. It results from the release into the atmosphere of sulphur and nitrogen oxides that react with water droplets and return to earth in the form of acid rain, mist or snow.

Acid rain is killing forests (Nearly every species of tree is affected) It has acidified lakes and streams and they can't support fish, wildlife, plants or insects. Depletion of the Ozone Layer The protective layer of the Earth, the ozone layer, which protects the Earth from the sun's destructive UV (ultraviolet) rays, is being damaged by CFCs (chlorofluorocarbons). They are released by the daily use of industrial and household products: refrigerators, air conditioners, foam insulation, cleaning chemicals, food packaging. In the ozone layer they attack the ozone molecules making a «hole». This «hole» allows more UV rays to penetrate to the Earth. It increases the risk of skin cancer, weakens the immune system of people.

Besides, UV rays influence the oceans, the growth of plankton, an essential part of the marine-life food chain in the negative way, reduce economically important-crops (rice, cotton, soy beans).

The life cycle is going to be undermined by the ozone. Destruction of the Tropical Forest It's generally agreed that the destruction of the tropical forest has a major impact on the world climate. The tropical rain forest is a natural recycler, provider and protector for our planet. It recycles carbon, nitrogen and oxygen, helps determine temperature, rainfall and other climatic conditions and supports the most diverse ecosystem in the world. Deforestation could cause one forth of all species on earth to vanish in the next 25 years.

These forests in Amazonia, South-East Asia and West and Central Africa are being destroyed at an alarming rate of 42 million acres per year. Measures to Be Taken We have only a few years to attempt to turn things around. We must review our wasteful, careless ways, we must consume less, recycle more, conserve wildlife and nature, act according to the dictum «think locally, think globally, act locally».

To my mind, we are obliged to remove factories and plants from cities, use modern technologies, redesign and modify purifying systems for cleaning and trapping harmful substances, protect and increase the greenery and broaden ecological education. These are the main practical measures, which must be taken in order to improve the ecological situation. Some progress has been already made in this direction. 159 countries-members of the UNO have set up environmental protection agencies.

They hold conferences discussing ecological problems, set up environmental research centres and take practical urgent measures to avoid ecological catastrophe. There are numerous public organisations such as Greenpeace that are doing much to preserve environment. The 5th of June is proclaimed the World Environmental Day by the UNO and is celebrated every year.

Лабораторная работа 22-23.

Тема 9. Виды переводческой деятельности. Письменный перевод. Реферирование и аннотирование.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните письменный перевод текста. Назовите аббревиатуры, расшифруйте их и дайте их перевод.

Atomic bomb or A-bomb, weapon deriving its explosive force from the release of atomic energy through the fission (splitting) of heavy nuclei (see nuclear energy). The first atomic bomb was produced at the Los Alamos, N.Mex., laboratory and successfully tested on July 16, 1945. This was the culmination of a large U.S. army program that was part of the Manhattan Project, led by Dr. Robert Oppenheimer. It began in 1940, two years after the German scientists Otto Hahn and Fritz Strassman discovered nuclear fission. On Aug. 6, 1945, an atomic bomb was dropped on Hiroshima with an estimated equivalent explosive force of 12,500 tons of TNT, followed three days later by a second, more powerful, bomb on Nagasaki. Both bombs caused widespread death, injury, and destruction, and there is still considerable debate about the need to have used them.

Atomic bombs were subsequently developed by the USSR (1949; now Russia), Great Britain (1952), France (1960), and China (1964). A number of other nations, particularly India, Pakistan, Israel, and North Korea now have atomic bombs or the capability to produce them readily; South Africa formerly possessed a small arsenal. The three smaller Soviet successor states that inherited nuclear arsenals (Ukraine, Kazakhstan, and Belarus) relinquished all nuclear warheads, which have been removed to Russia.

Atomic bombs have been designed by students, but their actual construction is a complex industrial process. Practical fissionable nuclei for atomic bombs are the isotopes uranium-235 and plutonium-239, which are capable of undergoing chain reaction. If the mass of the fissionable material exceeds the critical mass (a few pounds), the chain reaction multiplies rapidly into an uncontrollable release of energy. An atomic bomb is detonated by bringing together very rapidly (e.g., by means of a chemical explosive) two subcritical masses of fissionable material, the combined mass exceeding the critical mass. An atomic bomb explosion produces, in addition to the shock wave accompanying any explosion, intense neutron and gamma radiation, both of which are very damaging to living tissue. The neighborhood of the explosion becomes contaminated with radioactive fission products. Some radioactive products are borne into the upper atmosphere as dust or gas and may subsequently be deposited partially decayed as radioactive fallout far from the site of the explosion.

Лабораторная работа 24.

Тема 10. Виды преобразования при переводе.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните перевод текста

The 1920s also saw the birth of a new mass medium, radio. By 1928, the United States had three national radio networks — two owned by NBC (the National Broadcasting Company), one by CBS (the Columbia Broadcasting System). Though mostly listened to for entertainment, radio's instant, on-the-spot reports of dramatic events drew huge audiences throughout the 1930s and World War II.

Radio also introduced government regulation into the media. Early radio stations went on and off the air and wandered across different frequencies, often blocking other stations and annoying listeners. To resolve the problem, Congress gave the government power to regulate and license broadcasters. From then on, the airwaves — both radio and TV — were considered a scarce national resource, to be operated in the public interest.

After World War II, American homes were invaded by a powerful new force: television.

The idea of seeing "live" shows in the living room was immediately attractive — and the effects are still being measured. TV was developed at a time when Americans were becoming more affluent and more mobile. Traditional family ways were weakening. Watching TV soon became a social ritual. Millions of people set up their activities and lifestyles around TV's program schedule. In fact, in the average American household, the television is watched 7 hours a day.

Television, like radio before it focused on popular entertainment to provide large audiences to advertisers. TV production rapidly became concentrated in three major networks — CBS, NBC and ABC.

A 30-second commercial on network television during prime evening viewing time costs \$100,000 or more. A single half-hour show costs hundreds of thousands of dollars to produce. Viewers also have the option of watching noncommercial public television, which is funded by the federal government, as well as by donations from individuals and corporations.

Television has emerged as the major source from which most Americans get the news. By its nature, TV has proved most effective in covering dramatic, action-filled events - such as man's walk on the moon and the Vietnam War. As TV viewers become direct witnesses of events. The focus of TV news is the network news shows watched by an estimated 60 million Americans every night. These huge audiences have made newscasters such as Walter Cronkite, Dan Rather, John Chancellor, Barbara Walters and Peter Jennings into national celebrities, far better known than print journalists.

At first it was thought that the popularity of TV and its advertiser support-would cause declining interest in the other media. Instead, TV whetted the public's appetite for information. Book publishers found that TV stimulated reading. Though some big-city newspapers closed others merged and new ones opened in the suburbs. And while a few mass circulation magazines failed, hundreds of specialized magazines sprang up in their place.

Technology continues to change the media. Computers are already revolutionizing the printing process. Computer users also have access to on-line newspapers for up-to-the-minute information on general or specialized subjects. Cables and satellites are expanding TV. Already half of American homes subscribe to cable TV, which broadcasts dozens of channels providing information and entertainment of every kind.

In addition to the 1,140 television stations offering programming in 1990, there were 9,900 cable operating systems serving 44 million subscribers in 27,000 communities. These subscribers paid an average fee of \$15 per month to watch programs not offered on commercial channels. One cable network offers news 24 hours a day. Some communities have publicly controlled cable television stations, allowing, citizen groups to put on programs.

Still, the long awaited dream of a home completely "wired" with computer and cable TV links is a long way off. Cable TV, for instance, has not provided significantly better programming, only more of the same. The reason critics say, is economics — the relentless pressure of seeking large audiences in order to attract advertisers.

This pressure for profits has caused concern over one of the most important trends in the media today: The ownership of the news media, experts say, is being concentrated in fewer and fewer hands. Chains — companies that own two or more newspapers, broadcast stations or other media outlets — are growing larger. They are forcing out independent, often family-owned news media. That means that most American communities are served by news media owned by outsiders.

Лабораторная работа 25.

Тема 11. Понятие трансформации, его применимость к переводческой деятельности.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенях карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

1. Выполните перевод текста

Architecture

Architecture the art of building in which human requirements and construction materials are related so as to furnish practical use as well as an aesthetic solution, thus differing from the pure utility of engineering construction. As an art, architecture is essentially abstract and nonrepresentational and involves the manipulation of the relationships of spaces, volumes, planes, masses, and voids. Time is also an important factor in architecture, since a building is usually comprehended in a succession of experiences rather than all at once. In most architecture there is no one vantage point from which the whole structure can be understood. The use of light and shadow, as well as surface decoration, can greatly enhance a structure.

The analysis of building types provides an insight into past cultures and eras. Behind each of the greater styles lies not a casual trend nor a vogue, but a period of serious and urgent experimentation directed toward answering the needs of a specific way of life. Climate, methods of labor, available materials, and economy of means all impose their dictates. Each of the greater styles has been aided by the discovery of new construction methods. Once developed, a method survives tenaciously, giving way only when social changes or new building techniques have reduced it. That evolutionary process is exemplified by the history of modern architecture, which developed from the first uses of structural iron and steel in the mid-19th cent.

Until the 20th cent. there were three great developments in architectural construction—the post-and-lintel, or trabeated, system; the arch system, either the cohesive type, employing plastic materials hardening into a homogeneous mass, or the thrust type, in which the loads are received and counterbalanced at definite points; and the modern steel-skeleton system. In the 20th cent. new forms of building have been devised, with the use of reinforced concrete and the development of geodesic and stressed-skin (light material, reinforced) structures.

See also articles under countries, e.g., American architecture; styles, e.g., baroque; periods, e.g., Gothic architecture and art; individual architects, e.g., Andrea Palladio; individual stylistic and structural elements, e.g., tracery, orientation; specific building types, e.g., pagoda, apartment house.

Architecture of the Ancient World

In Egyptian architecture, to which belong some of the earliest extant structures to be called architecture (erected by the Egyptians before 3000 BC), the post-and-lintel system was employed exclusively and produced the earliest stone columnar buildings in history. The architecture of W Asia from the same era employed the same system; however, arched construction was also known and used. The Chaldaeans and Assyrians, dependent upon clay as their chief material, built vaulted roofs of damp mud bricks that adhered to form a solid shell.

After generations of experimentation with buildings of limited variety the Greeks gave to the simple post-and-lintel system the purest, most perfect expression it was to attain (see Parthenon ; orders of architecture). Roman architecture, borrowing and combining the columns of Greece and the arches of Asia, produced a wide variety of monumental buildings throughout the Western world. Their momentous invention of concrete enabled the imperial builders to exploit successfully the vault construction of W Asia and to cover vast unbroken floor spaces with great vaults and domes, as in the rebuilt Pantheon (2d cent. AD; see under pantheon).

The Evolution of Styles in the Christian Era

The Romans and the early Christians also used the wooden truss for roofing the wide spans of their basilica halls. Neither Greek, Chinese, nor Japanese architecture used the vault system of construction. However, in the Asian division of the Roman Empire, vault development continued; Byzantine architects experimented with new principles and developed the pendentive, used brilliantly in the 6th cent. for the Church of Hagia Sophia in Constantinople.

The Romanesque architecture of the early Middle Ages was notable for strong, simple, massive forms and vaults executed in cut stone. In Lombard Romanesque (11th cent.) the Byzantine concentration of vault thrusts was improved by the device of ribs and of piers to support them. The idea of an organic supporting and buttressing skeleton of masonry (see buttress), here appearing in embryo, became the vitalizing aim of the medieval builders. In 13th-century Gothic architecture it emerged in perfected form, as in the Amiens and Chartres cathedrals.

The birth of Renaissance architecture (15th cent.) inaugurated a period of several hundred years in Western architecture during which the multiple and complex buildings of the modern world began to emerge, while at the same time no new and compelling structural conceptions appeared. The forms and ornaments of Roman antiquity were resuscitated again and again and were ordered into numberless new combinations, and structure served chiefly as a convenient tool for attaining these effects. The complex, highly decorated baroque style was the chief manifestation of the 17th-century architectural aesthetic. The Georgian style was among architecture's notable 18th-century expressions (see Georgian architecture). The first half of the 19th cent. was given over to the classic revival and the Gothic revival.

New World, New Architectures

The architects of the later 19th cent. found themselves in a world being reshaped by science, industry, and speed. A new eclecticism arose, such as the architecture based on the Ecole des Beaux-Arts , and what is commonly called Victorian architecture in Britain and the United States. The needs of a new society pressed them, while steel, reinforced concrete, and electricity were among the many new technical means at their disposal.

After more than a half-century of assimilation and experimentation, modern architecture, often called the International style, produced an astonishing variety of daring and original buildings, often steel substructures sheathed in glass. The Bauhaus was a strong influence on modern architecture. As the line between architecture and engineering became a shadow, 20th-century architecture often approached engineering, and modern works of engineering—airplane hangars, for example—often aimed at and achieved an undeniable beauty. More recently, postmodern architecture (see postmodernism), which exploits and expands the technical innovations of modernism while often incorporating stylistic elements from other architectural styles or periods, has become an international movement.

Лабораторная работа 26.

Тема 12. Классификация лексических трансформаций по В.Н. Комиссарову, Л.С. Бархударову, Я.И. Рецкеру.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Контрольные вопросы:

1. Перечислите особенности делового поведения и делового стиля.
2. Приведите примеры нарушения делового поведения.

Задание 1. Предложите вариант перевода, учитывая морфологические и синтаксические особенности иностранного языка:

1. Судно с очередной партией товара только что вышло из порта. Через два дня оно доставит товар нашим посредникам.
2. К сожалению, при проверке выяснилось, что четыре дюжины шурупов этого размера пропали из ящика. Мы вынуждены просить о компенсации.
3. В соответствии с контрактом товар будет доставлен заказчику к концу года.
4. Если бы вы подписали контракт во время наших последних переговоров, мы бы уже поставили вам это оборудование.
5. Нам срочно нужны отгрузочные документы, соответствующие всем таможенным правилам.
6. Стоимость экспорта возросла, поэтому, к сожалению, мы не можем предоставить Вам никаких скидок.
7. Мы собираемся разместить пробный заказ, однако, если качество вашего товара будет соответствовать нашим ожиданиям, мы с удовольствием примем ваше предложение о долгосрочном сотрудничестве.
8. Наша компания предоставляет в ваше распоряжение все контейнеры для перевозки товаров. О расположении груза будет сообщено дополнительно (не позднее 15 числа следующего месяца).
9. Резкий экономический спад вынуждает нас отменить заказ на оставшийся товар.
10. Мы будем рады, если Вы произведёте платёж либо по переводному векселю, либо открыв аккредитив на наше имя.
11. Срок платежа по векселю наступает 1 октября.
12. Мы хотели бы обратить Ваше внимание на нашу модель № 78DV, которая, как мы полагаем, полностью удовлетворяет Вашим требованиям.

13. Прилагаемый каталог содержит подробное описание интересующих вас товаров.

Задание 2. Исправьте выданный вам текст на соответствие деловому стилю.

Лабораторная работа 27-28.

Тема 13. Комплексные лексико-грамматические преобразования по В. Н. Комиссарову, Л. С. Бархударову, Я. И. Рецкеру. Актуальное членение предложения.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступенках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Задание 1. Выполните перевод на иностранный язык.

А. конкурент; экспедитор; поставщик; бланк заказа; ответственная сторона; арбитражный суд; соблюдать сроки поставки; не соответствовать спецификации; образец, на основе которого был заключен контракт; серьезные претензии от клиентов; осмотр товаров; низкое качества товаров; качество товаров не соответствует качеству образца; признать претензию обоснованной; в пути; по халатности рабочих; достаточная компенсация; сумма ущерба, безотзывный аккредитив, дисконтная ставка, по требованию, банк-акцептант, обеспечение кредита, выписывать вексель на кого-либо, номинальная стоимость, опротестовать вексель, индоссамент, индоссант, простой вексель, векселедатель, плательщик.

В. 1. Мы просим Вас сообщить нам, по какой цене, в какой срок и на каких условиях вы могли бы поставить нам 850 наименований детских игрушек из вашего последнего каталога.

2. Я хотел бы обсудить этот вопрос со своим руководством и только потом смогу дать Вам окончательный ответ.

3. К сожалению, цена не кажется нам приемлемой. Нам известно, что Ваши конкуренты предлагают эти же самые модели по гораздо более низким ценам. Предлагаю обсудить возможность получения нами скидки в случае размещения большого заказа и договорённости о сотрудничестве в течение трёх лет. Разумеется, при условии, что Вы сможете выполнять заказы на количество свыше 1000 изделий в каждой партии.

4. Рост цен на энергоносители и сырьё заставил нас пересмотреть цены, которые нам удалось сохранить на протяжении года.

5. Покупатели часто предъявляют претензии продавцам по поводу поставки товаров, не предусмотренных контрактом, повреждённых и недоброкачественных товаров.

Лабораторная работа 29-30.

Тема 14. Особенности передачи имен и названий. Перевод англо-американских единиц измерений в метрические и правила написания чисел и букв.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Контрольные вопросы:

1. Перечислите особенности деловых документов.
2. Перечислите особенности деловых писем.
3. Перечислите как можно больше фраз-клише, встречающихся в одном их типов текста делового стиля.

Лабораторная работа 31-32.

Тема 15. Особенности перевода фразеологии.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Контрольные вопросы:

1. Перечислите особенности деловых писем.
2. Перечислите как можно больше фраз-клише, встречающихся в деловом письме.

Задание 1. Рассмотрите типы деловых писем на русском языке и составьте своё письмо любого типа на иностранном языке.

Письмо-поздравление часто отправляют сотрудникам или партнерам, чтобы подчеркнуть их персональный вклад в развитие отрасли или чтобы поздравить с личными достижениями и памяtnыми датами.

От: г-н Джон Льюис,
генеральный директор
Ховерни Лтд
4567 Снейк стрит,
Оакленд, Калифорния
Кому: Ховард Стенли
9034 Каньон стрит,
Сан Франциско, Калифорния,
США 90345
01 октября 2015 года

Уважаемый г-н Стенли,

02 октября будет 10 лет Вашей работы в Ховерни Лтд. За период своей работы Вы показали себя верным и квалифицированным сотрудником с высоким потенциалом. Мы признательны Вам за Ваш вклад в успех нашей компании и хотим поздравить Вас с 10-летней годовщиной.

С уважением,
Джон Льюис,
Генеральный директор.

Чаше всего **деловые пригласительные письма** отправляют, чтобы пригласить на мероприятия, связанные с деятельностью компании:

Уважаемый Чарлз Милтон,

Я хотел бы пригласить Вас на семинар, который я уверен, заинтересует Вас.

На семинаре, посвященном 3D-технологии, который состоится в Московском Крокус Конгресс Центре 13 июня, прочтут лекции несколько ключевых программистов и дизайнеров по 3D-моделированию, включая трILINEYную фильтрацию, сглаживание и мипмаппинг.

Я прилагаю 3 билета для Вас. Я надеюсь, что Вы примете участие в семинаре, и я с нетерпением жду встречи с вами.

С уважением,
Игорь Петров,
Управляющий ООО Компания "Центр"
Tel: +7 912 XXXXXXXX

Лабораторная работа 33.

Тема 16. Синтаксические особенности перевода. Способы перевода пассивных конструкций.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Задание 1. Рассмотрите типы деловых писем на русском языке и составьте своё письмо любого типа на иностранном языке.

Письмо-предложение отправляется потенциальному деловому партнеру с вашими условиями и предложениями о сотрудничестве.

От: г-н Дин Хипп,
генеральный директор
Розы для Вас
4567 Камино стрит,
Сан Диего, штат Калифорния
Кому: г-же Линнет,
Перфект Уеддинг
9034 Саус стрит,
Сан Диего, штат Калифорния,
США 90345
10 марта 2016 года
Уважаемая г-жа Линнет

Ваше свадебное агентство становится все более популярным в нашем городе. Я бы хотел помочь Вам сделать его еще более привлекательным для Ваших клиентов. Я являюсь владельцем розовых садов мы выращиваем розы круглый год. Розы станут хорошим украшением всех свадебных церемоний. У нас разумные цены, включающие в себя услуги дизайнера. Более подробную информацию Вы можете найти в приложенной брошюре.

С уважением,
Дин Хипп,
Генеральный директор

Лабораторная работа 34.

Тема 17. Проблема перевода терминов. Общие свойства терминов.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Контрольные вопросы:

1. Перечислите социально-психологические аспекты деловой коммуникации.
2. Перечислите постулаты речевого общения Грайса.
3. Речевой конфликт и его предупреждение или нейтрализация.

Лабораторная работа 35.

Тема 18. Способы передачи сокращений.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издали, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Задание 1. Рассмотрите типы деловых писем на русском языке и составьте своё письмо любого типа на иностранном языке.

Письмо–извинение обычно отправляется в ответ на письмо-жалобу, чтобы извиниться перед покупателем или прояснить недоразумение.

От: г-на Дерека Смита,
генерального менеджера,
Электроникс Лтд
9034 Коммерс стрит,
Детройт, Мичиган,
США 90345

Кому: г-н Джек Люпин
7834 17-ая стрит,
Детройт, Мичиган
28 апреля 2017 года

Уважаемый г-н Люпин, Нам было очень неприятно узнать, что телевизор, который мы Вам доставили 24 апреля, оказался поцарапанным. У нас нет никаких предположений, как это могло получиться, и поэтому мы приносим свои глубочайшие извинения за этот неприятный инцидент и готовы обменять Ваш поцарапанный телевизор на другой.

С уважением,
Дерек Смит
Генеральный менеджер

Лабораторная работа 36.

Тема 19. Способы перевода многокомпонентных терминов.

Цель: формирование общекультурных и профессиональных компетенций, для подготовки специалистов, способных обеспечивать высококачественный письменный и устный перевод в профессиональной сфере деятельности.

Формируемые компетенции: ПК-5, ПК-6.

Актуальность: Овладение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества. А это, в свою очередь, снизит риск неблагоприятных последствий решений при ведении переговоров и консультировании, проведении деловых совещаний и собраний.

Теоретическая часть:

Деловая коммуникация: понятие, виды и особенности

Коммуникация в общем смысле представляет собой информационный обмен между людьми или их группами. Бывают межличностные, социальные (функционально-ролевые), деловые коммуникации. Предметом нашего разговора станет последний вид.

Что это такое? Деловая коммуникация – это взаимодействие в сфере официальных отношений, целью которого является решение конкретных задач, достижение определенных результатов, оптимизация какой-либо деятельности. При этом у каждого участника есть свой статус – начальник, подчиненный, коллеги, партнеры.

Если общение происходит между людьми, находящимися на разных ступеньках карьерной лестницы (руководитель и исполнитель), то имеет место вертикаль отношений, то есть субординационные отношения. Если взаимодействие ведется на принципах равного сотрудничества, то это горизонтальные отношения.

Именно деловые коммуникации человек ежедневно осуществляет на работе, в университете, в школах, официальных учреждениях. Так называется общение преподавателей и студентов, начальников и подчиненных, коллег, партнеров и конкурентов.

От того, насколько собеседник знаком с правилами, формами и методами подобных коммуникаций, зависит, удастся ли ему достичь поставленной цели. Партнеры должны говорить на одном языке (как в прямом, так и в переносном смысле), понимать друг друга, иметь общий социальный опыт.

Условия деловой коммуникации

Чтобы деловая коммуникация была результативной, следует соблюдать ряд условий:

1. У общения должна быть понятная цель, в достижении которой заинтересованы все вовлеченные в процесс лица. Например, налаживание связей, заключение договора, согласование мероприятия, разработка условий сотрудничества и т. д.

2. Участникам следует контактировать друг с другом вне зависимости от симпатий и антипатий.

3. Обязательно соблюдение делового этикета, субординации, должностных ролей, формальных ограничений.

Под формальными ограничениями понимаются как различные регламенты, распоряжки и протоколы, так и банальная необходимость контролировать силу собственных эмоций и уважать собеседника.

Также руководитель или другой максимально заинтересованный участник должен позаботиться о том, чтобы деловая коммуникация была управляемой. Нужно мотивировать участников на поиск решения, иначе они будут просто пассивными наблюдателями встречи, которые не предлагают никаких идей.

Формы деловой коммуникации Две основные формы коммуникации – это контактное (непосредственное) общение и косвенное (опосредованное). В первом случае собеседники общаются с глазу на глаз и имеют возможность оценить невербальное поведение друг друга, поэтому результативность такого контакта выше. Во втором случае взаимодействие происходит с помощью каких-либо средств связи – телефона, писем и т. д.

Если говорить более конкретно, то наиболее часто встречаются следующие формы деловой коммуникации: совещание, презентация, деловая беседа, переговоры, телефонные переговоры, обмен официально-деловыми документами (заявление, договор, доверенность, служебная записка), консультация, интервью, публичное выступление, конференции.

В свою очередь, используя отдельные формы деловой коммуникации, участники могут применять конфронтационный или партнерский подход. Первый вариант представляет собой противостояние: каждая сторона намерена победить. Партнерский подход предусматривает поиск такого решения, которое будет приемлемо для всех участников.

Этапы

Несмотря на то что виды деловых коммуникаций бывают разными, для них почти всегда характерны несколько этапов:

1. Подготовка. Это постановка задач, целей, сбор и анализ информации, определение стратегии поведения. Ведь деловая встреча или переговоры не организуются для того, чтобы поболтать «ни о чем» и узнать, как обстоят дела в личной жизни у собеседников.

2. Планирование. Встречу можно провести спонтанно, но все же считается, что профессионал должен иметь четкий план: что он будет говорить, как аргументировать, что конкретно он хочет получить от второй стороны.

3. Дискуссия – обсуждение идей, предложений, нахождение общих точек интереса, принятие совместного решения.

Эта схема наиболее актуальна для переговоров. Другие виды коммуникаций могут включать не все этапы. «Холодный» телефонный звонок или выдача инструкций, например, могут и не предполагать какого-либо обсуждения.

Стили делового общения

Выделяют не только виды деловых коммуникаций, но и стили. Когда речь идет о профессиональном взаимодействии, чаще всего используются следующие:

1. Официально-деловой. В свою очередь, имеет административно-канцелярский, законодательный и дипломатический подстили. Для деловой беседы характерны речевые клише и определенные коммуникативные формы.

2. Научный. Используется при подготовке докладов, выступлений на семинарах и лекциях.

3. Публицистический. Сюда относится любое выступление на публике, в том числе через средства массовой информации.

4. Разговорно-бытовой. Неформальные отношения имеют место и в профессиональной среде, а в отдельных компаниях даже поощряются. Не всегда же коллеги общаются исключительно с помощью докладных записок. Однако необходимо понимать, где такой стиль уместен, а где нет.

Особенности делового общения

Почему же деловая коммуникация требует предварительной подготовки к общению заранее? Во-первых, люди не просто так тратят личное и рабочее время на официальные встречи, и никто не захочет ждать, пока инициатор соберется с мыслями. Во-вторых, не всегда вторая сторона заинтересована в каком-либо взаимодействии либо же настроена на сотрудничество, но видит его совершенно иначе.

Как известно, второго шанса на первое впечатление не будет. Необходимо уметь наладить контакт, чтобы все участники получили настрой для обсуждения. Если вторая сторона изначально не планировала совместную работу, то следует хотя бы заинтересовать собеседника и договориться с ним о встрече в более удобное время.

На международном уровне имеются свои особенности деловой коммуникации, ведь разные культурные особенности могут сильно мешать ходу переговоров. Например, американцы привыкли приходить на встречу вовремя и после короткого приветствия переходить к делу. Арабы тоже пунктуальны, но деловой разговор начинают издалека, сначала обсуждая природу-погоду-еду. Итальянец не видит ничего ужасного в опоздании на встречу и тоже приступает к деловой дискуссии не сразу. А японец станет избегать прямого взгляда во время разговора.

Таким образом, мы узнали, что такое деловая коммуникация, в чем ее особенности, какие формы, виды и стили для нее характерны.

Вопросы и задания:

Задание 1. Выполните перевод на иностранный язык.

А. конкурент; экспедитор; поставщик; бланк заказа; ответственная сторона; арбитражный суд; соблюдать сроки поставки; не соответствовать спецификации; образец, на основе которого был заключен контракт; серьёзные претензии от клиентов; осмотр товаров; низкое качества товаров; качество товаров не соответствует качеству образца; признать претензию обоснованной; в пути; по халатности рабочих; достаточная компенсация; сумма ущерба, безотзывный аккредитив, дисконтная ставка, по требованию, банк-акцептант, обеспечение кредита, выписывать вексель на кого-либо, номинальная стоимость, опротестовать вексель, индоссамент, индоссант, простой вексель, векселедатель, плательщик.

В. 1. Мы просим Вас сообщить нам, по какой цене, в какой срок и на каких условиях вы могли бы поставить нам 850 наименований детских игрушек из вашего последнего каталога.

2. Я хотел бы обсудить этот вопрос со своим руководством и только потом смогу дать Вам окончательный ответ.

3. К сожалению, цена не кажется нам приемлемой. Нам известно, что Ваши конкуренты предлагают эти же самые модели по гораздо более низким ценам. Предлагаю обсудить возможность получения нами скидки в случае размещения большого заказа и договорённости о сотрудничестве в течение трёх лет. Разумеется, при условии, что Вы сможете выполнять заказы на количество свыше 1000 изделий в каждой партии.

4. Рост цен на энергоносители и сырьё заставил нас пересмотреть цены, которые нам удалось сохранить на протяжении года.

5. Покупатели часто предъявляют претензии продавцам по поводу поставки товаров, не предусмотренных контрактом, повреждённых и недоброкачественных товаров.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Короткий, С. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-4487-0472-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80614.html> - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253712>

2. Никитина, Т. Г. Общественно-политический перевод : учебно-методическое пособие / Т. Г. Никитина, К. А. Касаткина. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 75 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139939>

Перечень дополнительной литературы:

1. Вопияшина, С. М. Лексические и грамматические аспекты перевода : учебно-методическое пособие / С. М. Вопияшина, Н. В. Аниськина. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 92 с. — ISBN 978-5-8259-1186-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139905>

2. Храменко, В. Е., Деловое общение с зарубежными партнёрами: учебное пособие / Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013, - 110 с. - ISBN: 978-5-8353-1520-8 ; То же [Электронный ресурс] http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=232400&sr=1

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Федотова, Н. Г. Основы деловой коммуникации. Учебно-методическое пособие / Н. Г. Федотова. – Великий Новгород, 2016. – 45 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

<http://slovari.yandex.ru/> - Словари

<http://www.zipsites.ru/> - Бесплатная электронная интернет библиотека

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Практикум по переводу мероприятий»**

Специальность	45.05.01 Перевод и переводоведение
Направленность(профиль)	Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины
3. План-график выполнения самостоятельной работы
4. Контрольные точки и виды отчетности по ним
5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала
6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)
7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Практикум по переводу мероприятий» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по специальности 45.05.01 – Перевод и переводоведение.

Цель методических рекомендаций к СРС дисциплины «Практикум по переводу мероприятий» - дальнейшее совершенствование представлений об универсальных, типологических и специфических чертах фонетического, лексического, грамматического уровней языковых систем иностранного и русского языков, а также об особенностях и закономерностях функционирования языковых единиц в русской и иноязычной речи. Развивающая задача предусматривает развитие языковых, интеллектуальных и познавательных способностей студентов. Воспитательная цель заключается в поддержании интереса к учению, в совершенствовании уже имеющихся теоретических знаний и практических навыков перевода, в воспитании таких личностных качеств как: целеустремленность, организованность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, толерантность, инициативность.

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и большая самостоятельная работа. Но для успешной учебно–научной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой вузовского профессионального образования.

2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:

а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, диссертацией, Интернет–источниками;

б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, синтез, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.

3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.

4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.

5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.

6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.

7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Практикум по переводу мероприятий» понимается как планируемая учебная и учебно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

Код	Формулировка:
ПК-5	Способен правильно использовать минимальный набор переводческих соответствий, достаточный для качественного устного перевода;
ПК-6	Способен владеть основами применения сокращенной переводческой записи при выполнении устного последовательного перевода;

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Практикум по переводу мероприятий» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать: 1) с учебным материалом по дисциплине, 2) с научной информацией, актуальными исследованиями в области лингвистики, 3) с эмпирическими данными, получаемыми в ходе экспериментальных лингвистических исследований, 4) с методологическими подходами современных лингвистических исследований; 5) с конкретными лингвистическими методами и методиками.

Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;

- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с выбранным научным направлением в условиях современного состояния науки и культуры.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализ уемых компет енций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоя тельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
8 семестр						
ПК-5, ПК-6	Подготовка к лабораторным работам	Устный ответ	Собесе дова ние	2,85	0,3	3,15
ПК-5, ПК-6	Самостоя тель ное изучение литературы	Конспект	Собесе дова ние	12,05	1,3	13,35
Итого за 8 семестр				14,9	1,6	16,5
9 семестр						
ПК-5, ПК-6	Подготовка к лабораторным работам	Устный ответ	Собесе дова ние	14,6	1,6	16,2
ПК-5, ПК-6	Самостоя тель ное изучение литературы	Конспект	Собесе дова ние	9,7	1,1	10,8
Итого за 9 семестр				24,3	2,7	27
Итого				39,2	4,3	43,5

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине с конспектированием по разделам;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы;
- подготовка к лабораторной работе.
-

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Описание шкалы оценивания*

В рамках рейтинговой системы успеваемость обучающихся по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
8 семестр			
1.	Устный ответ	В течение семестра	25
2.	Устный ответ	В течение семестра	30
Итого за 8 семестр			55
9 семестр			
1.	Устный ответ	В течение семестра	15
2.	Устный ответ	В течение семестра	20
3.	Устный ответ	В течение семестра	20
Итого за 9 семестр			55

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным 55. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставляемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100

Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории.

Предусмотрены следующие виды контроля: собеседование, оценка реферата, оценка презентации, оценка участия в ролевой игре, оценка контрольной работы.

Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование – это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование – процесс аналитически-синтетической обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

Подготовка к семинару

Подготовка к ролевой игре начинается с распределение форм участия и функции студентов в семинаре. Студентами осуществляется определение круга проблем и вопросов, подлежащих обсуждению; подбор основной и дополнительной литературы к теме семинара, а также дальнейшее изучение литературы.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Процедура проведения дифференцированного зачёта осуществляется в соответствии с

Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в СКФУ, Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам аспирантуры, программам ординатуры - в СКФУ.

Максимальное количество баллов студент получает если отвечает на полученный теоретический вопрос в полной мере и на возможные дополнительные вопросы преподавателя, выполняет практические задания без ошибок в написании и оформлении, способен объяснить принятые в ходе выполнения практического задания решения и аргументировать выбор языковых и функциональных средств.

Основанием для снижения оценки являются: несвоевременная сдача работы, наличие орфографических и пунктуационных ошибок в тексте работы, неполный или отсутствующий ответ на дополнительные вопросы преподавателя.

7. Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. Короткий, С. В. Деловые коммуникации : учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-4487-0472-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80614.html> - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253712>

2. Никитина, Т. Г. Общественно-политический перевод : учебно-методическое пособие / Т. Г. Никитина, К. А. Касаткина. — Тольятти : ТГУ, 2019. — 75 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139939>

Дополнительная:

1. Вопияшина, С. М. Лексические и грамматические аспекты перевода : учебно-методическое пособие / С. М. Вопияшина, Н. В. Аниськина. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 92 с. — ISBN 978-5-8259-1186-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139905>

2. Храмченко, В. Е., Деловое общение с зарубежными партнёрами: учебное пособие / Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013, - 110 с. - ISBN: 978-5-8353-1520-8 ; То же [Электронный ресурс] http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=232400&sr=1

Интернет-ресурсы:

<http://slovari.yandex.ru/> - Словари

<http://www.zipsites.ru/> - Бесплатная электронная интернет библиотека

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТРУКЦИЯ

**по охране труда
при работе в компьютерном классе для обучающихся**

ИОТ-УИ-274-13

Ставрополь, 2013

СОГЛАСОВАНО

Председатель первичной
профсоюзной организации
работников ФГАОУ ВПО

«Северо-Кавказский
федеральный университет»

П.В. Рожков

2013г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор СКФУ

А.А. Левитская

«02» _____ 2013 г.



ИНСТРУКЦИЯ

по охране труда
при работе в компьютерном классе для обучающихся

ИОТ-УИ-274-13

Дата введения _____

1. Общие требования охраны труда

1.1. К самостоятельной работе с ПЭВМ допускаются обучающиеся после прохождения ими инструктажа на рабочем месте, обучения безопасным методам работ и проверки знаний по охране труда.

1.2. Обучающиеся обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, установленные в университете, требования инструкций по охране труда:

- по оказанию доврачебной медицинской помощи пострадавшим ИОТ- МЦ -08-13;
- по пожарной безопасности в СКФУ ИОТ-УКБ-06-13;
- для операторов и пользователей ПЭВМ, работников, занятых эксплуатацией ПЭВМ и видео дисплейных терминалов ИОТ-УИ-05-13.

1.3. Запрещается употреблять во время учебно-воспитательного процесса алкогольные напитки, а также приходить на занятия в состоянии алкогольного, наркотического или иного опьянения.

Курить запрещено в компьютерных классах, учебных корпусах и студенческих общежитиях.

Курить разрешается на территории университета только в специально оборудованных местах.

1.4. При работе с ПЭВМ рекомендуется организация перерывов на 10 - 15 мин. через каждые 45 - 60 мин. работы.

1.5. При работе на ПЭВМ могут воздействовать опасные и вредные производственные факторы:

Физические:

- повышенные уровни электромагнитного, рентгеновского, ультрафиолетового, инфракрасного излучения;
- повышенный уровень статического электричества;
- повышенные уровни запыленности воздуха рабочей зоны;
- уровень положительных и отрицательных аэронов в воздухе рабочей зоны;
- неравномерность распределения яркости в поле зрения;
- повышенная яркость светового изображения;
- повышенный уровень пульсации светового потока;
- повышенное значение напряжения в электрической цепи, замыкание которой может произойти через тело человека;
- повышенный или пониженный уровень освещенности;
- повышенный уровень прямой и отраженной блескости;
- повышенный уровень ослепленности;
- повышенные энергетические потоки света;
- несоответствие параметров микроклимата нормам.

Химические:

- повышенное содержание в воздухе рабочей зоны двуокиси углерода, озона, аммиака, фенола, формальдегида и полихлорированных бифенилов.

Психофизиологические:

- напряжение зрения и внимания; интеллектуальные и эмоциональные нагрузки;
- длительные статические нагрузки;

- монотонность труда; большой объем информации обрабатываемой в единицу времени;
- нерациональная организация рабочего места.

Биологические:

- повышенное содержание в воздухе рабочей зоны микроорганизмов.

1.6. Запрещается находиться в компьютерном классе в верхней одежде, а также принимать пищу.

1.7. Обучающийся должен знать месторасположение первичных средств пожаротушения и уметь ими пользоваться.

1.8. Обучающийся должен знать местонахождения медицинской аптечки, правильно пользоваться медикаментами и уметь оказать доврачебную медицинскую помощь пострадавшим.

1.9. При несчастном случае на производстве обучающийся обязан:

- устранить травмирующий фактор (если это возможно);
- оказать первую медицинскую помощь пострадавшему;
- при необходимости вызвать скорую медицинскую помощь или организовать доставку пострадавшего в медицинское учреждение;
- немедленно сообщить о случившемся администратору, преподавателю, заведующему кафедрой;
- сохранить до начала расследования несчастного случая обстановку, какой она была на момент происшествия, если это не угрожает жизни и здоровью окружающих и не приведет к аварии или возникновению иных чрезвычайных обстоятельств, а в случае невозможности ее сохранения - зарисовать сложившуюся обстановку (составить схемы, провести фотографирование или видеосъемку).

1.10. При работе с ПЭВМ обучающиеся должны соблюдать правила личной гигиены.

1.11. Работа в компьютерном классе разрешается исключительно в присутствии преподавателя или технического персонала компьютерного класса.

1.12. Запрещается присутствие в помещении компьютерного класса посторонних лиц.

1.13. По всем вопросам, связанным с работой вычислительной техники следует обращаться к техническому персоналу компьютерного класса.

2. Требования охраны труда перед началом работ

2.1. Перед началом работы пользователь ПЭВМ обязан:

- осмотреть и привести в порядок рабочее место, освободив его от посторонних предметов;
- убедиться в достаточности освещенности, отсутствии отражений на экране, отсутствии встречного светового потока;
- проверить комплектность компьютера;
- проверить правильность установки стола, стула, положения оборудования, угла наклона экрана, положения клавиатуры.

2.2. При подключении компьютера необходимо соблюдать следующую последовательность включения оборудования:

- включить блок питания или источник бесперебойного питания (если есть);

- включить периферийные устройства (принтер, монитор, сканер и др.);
- включить питание системного блока или иного оборудования.

2.3. Запрещается приступать к работе при:

- нарушении целостности корпуса компьютера, монитора, клавиатуры, мыши;
- обнаружении неисправности оборудования;
- отсутствии защитного заземления устройств ПЭВМ;
- отсутствии огнетушителя и аптечки первой помощи в компьютерном классе;
- нарушении гигиенических норм размещения мониторов.

3. Требования охраны труда во время работы

3.1. Во время работы на ПЭВМ обучающийся обязан:

- аккуратно обращаться с клавиатурой;
- держать открытыми все вентиляционные отверстия устройств;
- соблюдать расстояние от глаз до экрана в пределах 60-80 см;
- следить, чтобы кабель (шнур) ПЭВМ был защищен от случайного повреждения и соприкосновения с горячими и сырыми поверхностями.

3.2. Пользователю ПЭВМ во время работы запрещается:

- дотрагиваться до экрана монитора и вращать монитор;
- работать с ПЭВМ при снятом корпусе;
- во избежание внутреннего перегрева и выхода ПЭВМ из строя закрывать во время работы вентиляционные отверстия посторонними предметами или чехлами;
- оставлять включенный ПЭВМ без присмотра;
- самостоятельно вскрывать корпус монитора, системного блока;
- самостоятельно разбирать монитор, системный блок, клавиатуру, мышь;
- самостоятельно переключать силовые питающие кабели проводов связи с периферийными устройствами на задней крышке корпуса системного блока и монитора;
- отключать штепсельные разъемы;
- подключать в цепь нулевого провода предохранители;
- заземлять компьютер на батарею парового или водяного отопления;
- переключать разъёмы интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;
- производить отключение питания во время выполнения активной задачи;
- оказывать механические усилия (наступать ногами, дергать) силовые питающие кабели и за провода связи с периферийными устройствами;
- ударять сильно по клавишам клавиатуры;
- работать грязными руками;
- касаться одновременно экрана монитора и клавиатуры (возможен разряд повышенного электростатического потенциала);
- прикасаться к задней панели системного блока (возможно поражение электрическим током);
- допускать попадание влаги на поверхность системного блока, монитора, клавиатуры;
- загромождать верхние панели устройств бумагами и посторонними предметами;

- подвергать монитор воздействию прямых солнечных лучей или других источников тепла;
- устанавливать системный блок на полу непосредственно у ног пользователя ПЭВМ, в зоне повышенной влажности и повышенного содержания пыли;
- передвигать столы с оборудованием, переставлять оборудование на столах.

3.3. Необходимо соблюдать следующие меры безопасности:

- не прикасаться одновременно к металлическим частям ПЭВМ и устройствам, имеющим естественное заземление (радиаторы отопления, водопроводный кран и т.д.).
- во избежание повреждения соединительного провода клавиатуры работать с клавиатурой только на столе.
- при размещении рабочих мест с ПЭВМ расстояние между рабочими столами с видеомониторами (в направлении тыла поверхности одного видеомонитора и экрана другого видеомонитора) должно быть не менее 2.0 м, а расстояние между боковыми поверхностями видеомониторов – не менее 1.2 м.

3.4. Помещение для эксплуатации ПЭВМ должны иметь естественное и искусственное освещение.

3.5. Рабочие столы рекомендуется размещать таким образом, чтобы видеодисплейные терминалы были ориентированы боковой стороной к световым проемам и естественный свет падал преимущественно слева.

3.6. Оконные проемы должны быть оборудованы регулируемыми устройствами типа: жалюзи, занавесей, внешних козырьков и др.

3.7. Освещение не должно создавать бликов на поверхности экрана.

3.8. Должен быть обеспечен свободный доступ к сетевому выключателю ПК и розетке.

3.9. Рабочие места с ПЭВМ не должны размещаться вблизи силовых кабелей, технологического оборудования.

3.10. Необходимо систематически проветривать помещение с ПЭВМ - во время перерывов с обязательным выходом из него обучающихся.

3.11. По всем вопросам, связанным с неисправностями в вычислительной технике следует обращаться к преподавателю или техническому персоналу компьютерного класса.

4. Требования охраны труда в аварийных ситуациях

4.1. Пользователь ПЭВМ обязан немедленно отключить электропитание:

- во всех случаях обнаружения обрыва проводов питания, неисправности заземления, элементов электрооборудования, запаха гари и т. п.)
- при возникновении «дрожания» изображения (рябь, покачивание, подергивание);
- при обнаружении человека, попавшего под напряжение, (немедленно) освободить его от действия тока, оказать до прибытия врача потерпевшему первую медицинскую помощь;
- при повреждении штепсельного соединения кабеля (шнура) или его защитной трубки;

- в случае внезапного прекращения подачи электроэнергии;
- при появлении не характерного для работы ПЭВМ шума;
- при появлении дыма или запаха, характерного для горящей изоляции.

4.2. При возгорании оборудования отключить питание и принять меры к тушению очага пожара имеющимися первичными средствами пожаротушения в соответствии с инструкцией по пожарной безопасности.

4.3. При любой аварии или аварийной ситуации, которая может привести к аварии или несчастному случаю, обучающийся обязан сообщить преподавателю или техническому персоналу компьютерного класса.

5. Требования охраны труда по окончании работ

5.1. Закрыть активные задачи.

5.2. Убедиться, что в дисководе нет дискеты или диска.

5.3. Провести завершение работы.

5.4. Выключить периферийные устройства и монитор.

5.5. Отключить питание системного блока.

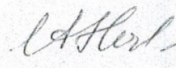
5.6. Выполнить упражнение для глаз, шеи, спины в течении 1-2 минут.

5.7. Привести в порядок рабочее место.

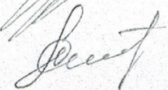
5.8. О всех замеченных неполадках сообщить преподавателю или техническому персоналу компьютерного класса .

5.9. По окончании работы сдать свое рабочее место с ПЭВМ преподавателю или техническому персоналу компьютерного класса.

Разработчик:

Начальник эксплуатационно-технического  Е.А. Хохлова
отдела средств вычислительной техники

Согласовано:

Начальник управления информатизации		А.А. Ерещенко
Главный энергетик		Ю.Н. Карташов
Начальник отдела охраны труда		Л.Н. Сивицкая