

Аналитическая статья

УДК 378.046.2; DOI: 10.61260/2074-1618-2025-4-12-18

## ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ

Малыгина Елена Александровна;

✉ Папырина Екатерина Владимировна.

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

✉ [kat.papyrina@yandex.ru](mailto:kat.papyrina@yandex.ru)

**Аннотация.** Рассмотрены особенности обучения деловым коммуникациям в современных реалиях, основные вопросы этого процесса. Описываются методы обучения деловому общению и анализируются проблемы современного образования в этом контексте. Предлагаются рекомендации по улучшению качества обучения, направленные на повышение его прикладной ценности в соответствии с требованиями современных коммуникаций.

**Ключевые слова:** деловые коммуникации, этика, эмоциональный интеллект, методы обучения, проблемы обучения

**Для цитирования:** Малыгина Е.А., Папырина Е.В. Обучение деловым коммуникациям // Психолого-педагогические проблемы безопасности человека и общества. 2025. № 4 (69). С. 12–18. DOI: 10.61260/2074-1618-2025-4-12-18.

Analytical article

## BUSINESS COMMUNICATION EDUCATION

Malygina Elena A.;

✉ Papyrina Ekaterina V.

Saint-Petersburg university of State fire service of EMERCOM of Russia, Saint-Petersburg, Russia

✉ [kat.papyrina@yandex.ru](mailto:kat.papyrina@yandex.ru)

**Abstract.** The article discusses the features of business communication education in modern conditions. The main aspects of this process are examined. Methods of business communication education are presented and problems of modern education in this area are analyzed. Proposals for improving the quality of training aimed at enhancing its practical significance in accordance with the requirements of contemporary communication are offered.

**Keywords:** business communication, ethics, emotional intelligence, education methods, learning problems

**For citation:** Malygina E.A., Papyrina E.V. Business communication education // Psychological and pedagogical safety problems of human and society = Psychological and pedagogical safety problems of human and society. 2025. № 4 (69). P. 12–18. DOI: 10.61260/2074-1618-2025-4-12-18.

### Введение

В современном мире деловые коммуникации занимают центральное место во всех сферах общества. Без них невозможно представить общественную жизнь, развитие бизнеса и управление персоналом, научное сотрудничество и становление новых технологий, преподавание, просвещение и профессиональное совершенствование.

Мир стремительно меняется, и именно профессиональное деловое общение стало играть особую роль в достижении успеха. Еще вчера бывшие эффективными приемы делового общения порой теряют свою значимость. На арену жизни приходят новые кадры, не имеющие опыта такого общения и не обладающие теоретическими знаниями в данной области. Для успешного существования и развития в настоящих реалиях необходимо обучение деловым коммуникациям в контексте современности.

---

© Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, 2025

Проблемы коммуникации не только с каждым годом вызывают все больший интерес у людей разного возраста, разных профессий и уровня образования, но, прежде всего, являются необходимой составляющей профессиональных компетенций специалистов во всех областях их деятельности. Современному специалисту необходимы знания в области деловых коммуникаций для умения разбираться в партнерах по коммуникации, устанавливать с ними контакты, вести деловые беседы, переговоры, владеть основами публичной речи [1].

Обучение деловому общению прошло долгий путь от первых курсов в начале прошлого века до современных программ, охватывающих широкий спектр инструментов и техник.

Еще не в столь давние времена в пятитомной Философской энциклопедии понятию «коммуникация» предписывалось два значения: в первом своем значении коммуникация определялась как общение, а в другом – как категория современной буржуазной философии, главным образом экзистенциализма и персонализма, обозначающая общение, основывающееся на взаимопонимании, дискуссии [2]. В настоящее время понятие коммуникации в качестве категории буржуазной философии не рассматривается.

Что такое коммуникация? Какой смысл вкладывается в это понятие в современной науке?

Авторы предлагают начать с этимологии понятия «коммуникация», которая достаточно проста. Это слово происходит из латинского языка, в котором от понятия «communis» – общий, произошли такие слова как *communico* – делаю общим, связываю, общаюсь, и *communicatio*, то есть сообщение.

Таким образом, главными смысловыми значениями слова «коммуникация» являются *связь, сообщение и общение*.

В теории коммуникации систематизированы основные значения этого понятия [3]:

1. Универсальное, то есть предельно широкое: коммуникация – это способ связи любых объектов материального и духовного мира.

2. Техническое: коммуникация – путь сообщения, связь одного места с другим, средства передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое.

3. Биологическое: широко используется в биологии, особенно в разделе этологии, при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т. д.

4. Социальное: коммуникация – это многообразные связи и отношения, возникающие в человеческом обществе.

Как отмечается в Философском энциклопедическом словаре, в обществе коммуникация составляет смысловой аспект любого социального взаимодействия, которое осуществляется на основе связи между людьми в форме общения.

*Коммуникация* – это обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д., а также передача того или иного содержания от одного сознания (коллективного или индивидуального) к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях [1].

### **Направления современного обучения деловым коммуникациям**

Обучение деловым коммуникациям подразумевает развитие навыков эффективного общения в профессиональной среде, повышения продуктивности работы, укрепления репутации и совершенствование эмоционального интеллекта. Без подготовки будет трудно решать сложные задачи, адаптироваться к изменениям и выстраивать карьеру. Она важна для успешного взаимодействия внутри компании и со всеми внешними заинтересованными сторонами. Обучение деловому общению осуществляется по нескольким направлениям.

*1. Устная речь.*

Навыки устной речи подразумевают умение ясно выражать свои мысли, вести переговоры, убеждать собеседников, успешно презентовать идеи. В прошлом человеческого

общества было много знаменитых личностей, оказавших влияние на историю и придававших большое значение ораторскому мастерству. Так, Аристотель, более известный нам как философ, написал несколько трудов в этой области. Его трактат «Риторика» стал основополагающим в искусстве убеждения. Согласно автору «риторика – это искусство убеждения, которое включает логос, этос и пафос» [4].

Обучаясь безукоризненной устной речи, студенты привыкают говорить четко и понятно, без сложных терминов и жаргонизмов (ясность), структурировать информацию (логичность), уметь слушать и слышать визави, воспринимая его точку зрения, и правильно реагировать на аудиторию (активное слушание). Хорошим примером для студентов является личность Фёдора Никифоровича Плевако. Его выступления можно считать примером мастерства устной речи. Он выступал ярко и выразительно, наполнял тирады живыми примерами и аллегориями. Федор Никифорович умел лаконично и точно высказывать мысли. Это делало его выступления максимально эффективными.

Еще один пример мастерства устной речи – Фидель Кастро, который мог говорить многими часами. При этом он никогда не терял внимание аудитории. Его пламенные и одновременно грамотные речи привлекли миллионы сторонников.

Обучающиеся должны понимать, что мастерство устной речи – это не только способность долго говорить и увлекать аудиторию. Хотя Фидель Кастро и был выдающимся оратором, его стиль далеко не всегда подходит для делового общения. В отличие от него Плевако не злоупотреблял длинными речами.

## 2. Письменная коммуникация.

Алексей Николаевич Толстой в докладе Первому Всесоюзному съезду писателей сказал: «Обращаться с языком кое-как – значит, и мыслить кое-как: неточно, приблизительно, неверно» [5].

Деловое общение имеет еще одну сторону, а именно – деловая переписка, в том числе создание предложений коммерческого характера, составление договоров и прочей коммуникативной документации. Студенты учатся излагать письменную информацию в соответствии с логикой, структурированно и последовательно.

Любая ошибка в письме может вызвать раздражение у второй стороны. Например, самая частая ошибка, которая повсеместно встречается у студентов, когда в глаголах вместо «тся» пишут «ться». Необходимо писать грамотно и использовать соответствующий стиль, например, официальный, полуофициальный, неофициальный.

## 3. Невербальная коммуникация.

Одной из составных частей успешного взаимодействия между сторонами являются акценты, проставленные с помощью интонации, жестов, мимики, взгляда, позы и других форм выражения себя. Обучающимся важно научиться контролировать эти элементы и применять их для усиления воздействия на другую сторону в соответствии с контекстом общения.

## 4. Кросс-культурные коммуникации.

Наш мир многолик. У каждого народа есть свои традиции и обычаи. В разных обществах есть свои нормы поведения, этикета, оценки и восприятия времени. То, что в одной культурной среде считается нормой, в другой может быть недопустимым или даже оскорбительным. Например, у европейцев деловая встреча начинается с рукопожатия, в Японии это неуместно. Еще один пример, когда известный европейский производитель холодильников решил выйти в страны арабского мира со своей продукцией, разместив рекламу в городах. Только после того, как за несколько месяцев не было продано ни одного устройства, стало понятным, что в рекламе на полке холодильника было изображение свиного окорока! Окорок убрали, и продажи пошли.

Таким образом, в процессе обучения деловым коммуникациям студенты научаются принимать во внимание культурные различия. Осознание этих особенностей помогает в дальнейшем избежать недоразумений, от мелких до фатальных.

### *5. Управление конфликтами.*

Даже в компании с дружественной атмосферой всегда есть какие-либо конфликты. Порой они носят скрытый характер. Что уж говорить об организациях с жестким стилем руководства и общения. Те или иные конфликты неизбежны. Эффективное управление ими потребует от личности уметь выслушивать обе стороны, находить компромиссные решения, сохранять спокойствие даже в стрессовых ситуациях. Такое умение будет полезно не только в деловой сфере, но и в социальной.

### *6. Этика деловых коммуникаций.*

Соблюдение этических норм в общении важно для продуктивных деловых отношений. Это – честность, уважение к коллегам и партнерам, соблюдение конфиденциальности и отказ от манипуляций. Например, Ф.Н. Плевако всегда придерживался высоких моральных стандартов и никогда не манипулировал правосудием, чем заслужил уважение оппонентов.

### *7. Цифровые коммуникации.*

Мы живем в мире цифровых технологий и Интернета. Это обстоятельство наложило свой отпечаток на деловое общение. Особенно данный факт проявился с началом пандемии. Электронная почта, мессенджеры, видеоконференции – неотъемлемая часть современного рабочего процесса. Студентам важно знать способы дистанционного общения, правила ведения электронной переписки и сетевого этикета.

### *8. Развитие эмоционального интеллекта.*

Эмоциональный интеллект позволяет распознавать эмоции других людей и, что крайне важно, управлять собственными эмоциями. Это способствует созданию доверительных отношений и хорошему взаимодействию. Например, Плевако прекрасно знал психологию людей и использовал это обстоятельство в выступлениях. Он умел играть на чувствах и эмоциях аудитории, вызывая сочувствие или возмущение в нужный момент. Такое умение крайне полезно в деловом общении.

Психологи А. Алешина и С. Шабанов полагают, что управляя своими эмоциями, мы можем улучшить качество нашего общения, создавая атмосферу доверия и взаимопонимания. Эмоциональный интеллект, по их мнению, – это ключ к успеху в любых отношениях, включая деловую сферу [6].

### *9. Переговоры.*

Переговорные навыки обязательно будут важны для обучающихся при достижении соглашений, заключении сделок, разрешении споров и конфликтов. В обучении ведению переговорного процесса надо непременно знакомить студентов с историческими примерами:

– финансирование строительства Суэцкого канала (1859–1869 гг.). Строительство стало возможным после успешной деловой коммуникации между французским дипломатом Фердинаном де Лессепсом и правителем Египта Саидом-пашой. Француз убедил Саида-пашу предоставить концессию на строительство канала. Так появилась одна из крупнейших транспортных артерий мира;

– формирование Организации стран-экспортёров нефти (ОПЕК) (1960 г.). Организация стран-экспортёров нефти родилась после успешных переговоров между основными производителями нефти: Ираном, Ираком, Кувейтом, Саудовской Аравией и Венесуэлой. Участники договорились согласовывать свою политику по добыче и экспорту «черного золота». В результате они контролируют цены на мировом рынке;

– разработка и внедрение стандартов глобальной системы мобильной связи (GSM) (1982 г.). Группа телекоммуникационных операторов Европы и производителей оборудования выработала стандарт мобильной связи GSM. В результате стандарт занял мировое лидерство благодаря успешной координации и сотрудничеству между участниками проекта.

Детали обучения ведению переговоров включают подготовку, анализ интересов сторон, предложение альтернативных решений, умение договариваться.

### *10. Самопрезентация.*

Кроме вышеперечисленных аспектов обучения важно научить студентов приемам самопрезентации или самопроработки, то есть умению представить себя и свою работу в выгодном свете как на личных встречах, так и в ходе публичных выступлений. Это демонстрация своих личных достижений, профессионализма. Человек создает собственный образ в глазах других людей. Необходимо ознакомить обучающихся с формами и способами развития навыков самопрезентации.

### *11. Дресс-код.*

В процессе обучения необходимо дать обучающимся понимание дресс-кода. Им важно знать, какую одежду уместно носить в конкретной ситуации. Одежда может быть строгой или свободной, но всегда несет определенный смысл. Необходимо ознакомить обучающихся с видами и правилами дресс-кода. Важно понимать, что нормы дресс-кода меняются со временем.

## **Методы обучения**

Обучение деловым коммуникациям происходит через различные формы:

1. Лекции – планомерное, последовательное изложение учебного материала. Это распространенный вид пассивных занятий, чаще всего используемых в высших учебных заведениях.

2. Зачет – форма проверки и оценивания знаний учащихся. В ходе зачета могут проверяться проекты, рефераты и другие письменные работы обучаемых.

3. Тренинги и семинары. На таких практических занятиях студенты учатся применять теоретические знания на практике.

4. Ролевые игры. Для отработки навыков моделируются реальные ситуации, например, переговоры, конфликты внутренние и внешние.

5. Коучинг. В данном контексте он представляет собой индивидуальное шефство для улучшения конкретных коммуникативных навыков.

6. Онлайн-курсы. Представляют собой форму дистанционного обучения. В отличие от традиционных очных форм, онлайн-курсы дают потенциально равные возможности участникам. Недостаток – отсутствие непосредственного общения между обучающимся и преподавателем, что затрудняет контроль процесса.

Эффективные деловые коммуникации – это основа успеха в любой профессии. Развитие этих навыков помогает строить крепкие отношения с коллегами, клиентами и партнерами, решать конфликты и достигать поставленные цели.

## **Проблемы обучения деловым коммуникациям**

Современное обучение деловому общению сталкивается с некоторыми проблемами, влияющими на качество подготовки специалистов и их способность к эффективной работе в профессиональной среде.

Недостаточная практическая подготовка. Теоретического изучения принципов и методов делового общения явно недостаточно для практической работы. Специалисты могут иметь знания, но с трудом применять их в реальной жизни. Часто выпускники учебных заведений оказываются неподготовленными к решению реальных задач.

Трудности адаптации к реальным условиям. Программы обучения часто не успевают за изменениями в технологиях и методиках делового общения. Современный мир требует новых форматов коммуникации, включая цифровые платформы, социальные сети и удалённую работу. Необходимо более оперативно адаптировать программы под реальные условия.

Недостаток внимания к межкультурным аспектам. В условиях глобализации и интенсивного международного сотрудничества важно уметь общаться с представителями

разных культур. Однако в некоторых учебных программах уделено недостаточно внимания межкультурным различиям.

Переоценка роли цифровых технологий. Технологии играют важную роль в современном деловом общении, однако чрезмерная зависимость от них снижает развитие традиционных навыков, таких как, например, активное слушание, невербальная коммуникация и личное взаимодействие. Необходимо найти баланс между цифровыми инструментами и человеческими аспектами общения.

Недостаточный акцент на эмоциональный интеллект. Эмоциональный интеллект становится всё более важным фактором успеха в бизнесе. Способность понимать и управлять своими эмоциями, а также относиться к другим людям с эмпатией, улучшает качество общения. Однако этот аспект часто остаётся недооценённым в программах обучения.

Ограниченнное разнообразие методик. Превалирование пассивного вида обучения (лекции) не лучшим образом оказывается на процессе. В результате страдают практические навыки. Необходимо активнее использовать ролевые игры, тренинги, коучинг и групповые проекты.

Проблемы с обратной связью и оценкой результатов. Оценка эффективности обучения деловым коммуникациям порой сводится к традиционным экзаменам, коллоквиумам и тестам. Такой подход не всегда отражает реальные способности и подготовку обучающихся. Необходима реальная практика и обратная связь. Их отсутствие затрудняет оперативную корректировку образовательного процесса и индивидуальную работу над ошибками.

Уровень сложности программ. Составители программ обучения нередко ориентируются на слишком низкий или слишком высокий уровень подготовки участников. В результате студенты с разным уровнем знаний и опыта сталкиваются с трудностями в освоении материала или теряют к нему интерес. Индивидуальный подход и дифференциация учебных планов могли бы решить эту проблему.

Недостаток мотивации и вовлечённости. Проблемы с мотивацией и активностью обучающихся могут возникать из-за скучных и устаревших материалов, отсутствия интересных примеров, недостаточной практической значимости излагаемого материала. Для повышения заинтересованности обучение должно быть более интересным и полезным для будущих профессионалов.

Отсутствие сближения с реальным бизнесом. Учебные заведения не всегда сотрудничают с компаниями в плане разработки и реализации учебных программ. В результате снижается практическая ценность полученных знаний и падают шансы выпускников на успешное трудоустройство. Интеграция образования с реальными потребностями бизнеса могла бы существенно улучшить ситуацию.

## Заключение

Современные вызовы деловой среды требуют особого внимания к системному обучению деловым коммуникациям. Программы надо приспосабливать к реальным потребностям и включать в них не только традиционные методы, такие как лекции и семинары, но и интерактивные подходы, например ролевые игры, тренинги и коучинг. Большое значение имеет наличие в них внимания к межкультурным различиям, развитию эмоционального интеллекта и использования цифровых технологий. Особое внимание следует уделять практическим навыкам и их осуществлению в реальных условиях. Сбалансированное сочетание теории и практики, а также тесное сотрудничество с бизнес-средой помогут будущим специалистам стать уверенными и компетентными профессионалами в области деловых коммуникаций.

### **Список источников**

1. Деловые коммуникации: учеб. для бакалавров / А.Я. Большунов [и др.] М.: Финансовый университет, Департамент социологии, 2018. 338 с.
2. Философская энциклопедия: в 5-ти т. / гл. ред. Ф.В. Константинов. М.: Сов. энциклопедия, 1960. 3700 с.
3. Основы теории коммуникации: учеб. / под ред. проф. М.А. Василика. М.: Гардарика, 2005. 615 с.
4. Аристотель. Риторика. М.: Изд-во АСТ, 2018. 418 с.
5. Толстой А.Н. О драматургии: доклад на I Всесоюзном съезде писателей. М.: Художественная лит-ра, 1934. 32 с.
6. Шабанов С., Алешина А. Ничего личного – только бизнес. Эмоциональный интеллект для достижения успеха. СПб.: Питер, 2012. 336 с.

### **References**

1. Delovye kommunikacii: ucheb. dlya bakalavrov / A.Ya. Bol'shunov [i dr.] M.: Finansovyj universitet, Departament sociologii, 2018. 338 s.
2. Filosofskaya enciklopediya: v 5-ti t. / gl. red. F.V. Konstantinov. M.: Sov. enciklopediya, 1960. 3700 s.
3. Osnovy teorii kommunikacii: ucheb. / pod red. prof. M.A. Vasilika. M.: Gardarika, 2005. 615 s.
4. Aristotel'. Ritorika. M.: Izd-vo AST, 2018. 418 s.
5. Tolstoj A.N. O dramaturgii: doklad na I Vsesoyuznom s"ezde pisatelej. M.: Hudozhestvennaya lit-ra, 1934. 32 s.
6. Shabanov S., Aleshina A. Nichego lichnogo – tol'ko biznes. Emocional'nyj intellekt dlya dostizheniya uspekha. SPb.: Piter, 2012. 336 s.

**Информация о статье:** статья поступила в редакцию: 28.09.2025; принятa к публикации: 03.10.2025  
**Information about the article:** the article was submitted to the editorial office: 28.09.2025; accepted for publication: 03.10.2025

#### *Информация об авторах:*

**Малыгина Елена Александровна**, доцент кафедры педагогики и психологии экстремальных ситуаций Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС России (196105, Санкт-Петербург, Московский пр., д. 149), кандидат педагогических наук, доцент, e-mail: malygin\_com@mail.ru, SPIN-код: 5955-5848

**Папырина Екатерина Владимировна**, старший научный сотрудник отдела информационного обеспечения населения и технологий информационной поддержки РСЧС и пожарной безопасности центра организации научно-исследовательской и редакционной деятельности Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС России (196105, Санкт-Петербург, Московский пр., д. 149), e-mail: kat.papyrina@yandex.ru, SPIN-код: 2853-5813

#### *Information about the authors:*

**Malygina Elena A.**, associate professor of the department of pedagogy and psychology of extreme situations of Saint-Petersburg university of State fire service of EMERCOM of Russia (196105, Saint-Petersburg, Moskovsky ave., 149), candidate of pedagogical sciences, associate professor, e-mail: malygin\_com@mail.ru, SPIN: 5955-5848

**Papyrina Ekaterina V.**, senior researcher at the department of information support for the population and technologies of information support for emergency situations and fire safety at the center for research and editorial activities of Saint-Petersburg university of State fire service of EMERCOM of Russia (196105, Saint-Petersburg, Moskovsky ave., 149), e-mail: kat.papyrina@yandex.ru, SPIN: 2853-5813