

**Калугина Наталья Рифхатовна,**

магистрант департамента психологии, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина; 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail:

**Оконечникова Любовь Викторовна,**

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина; 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail:

**Сыманюк Эльвира Эвальдовна,**

доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой общей и социальной психологии, директор Уральского гуманитарного института, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина; 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail:

**Чаликова Ольга Сергеевна,**

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии, Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина; 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail:

**ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ ПЕРСОНАЛА  
В СИТУАЦИИ РОЛЕВОЙ ИГРЫ**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** коммуникативные стратегии; коммуникативные тактики; речевые стратегии; диалогическая речь; коммуникативный опыт; ролевые игры; игра-квест; персонал организации.

**АННОТАЦИЯ.** В статье дан анализ смежных понятий: «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика», «коммуникативный опыт», которые являются относительно новыми для различных прикладных исследований. Единицей анализа коммуникативных стратегий в данной работе стало диалогическое взаимодействие коммуникаторов в рамках ролевой игры. Статья содержит результаты пилотажного исследования, в рамках которого проанализировано использование трех коммуникативных стратегий наблюдаемых в игровом взаимодействии и отличающихся по уровню открытости, симметрии и способу производимой коммуникации: презентации, манипуляции, конвенции. Авторами предложена собственная дихотомическая классификация коммуникативных стратегий на основании локус контроля, креативности, эмоциональности, правдивости, действенности. Выделены категории участников по критериям результативность-удовлетворенность. Предпринята попытка соотнести категории участников с выбранными ими коммуникативными стратегиями. В целом, авторами не выявлена какая-то одна коммуникативная стратегия, явно обеспечивающая эффективность коммуникации. Полученные данные являются основанием для разработки новых сценариев игр и более детального исследования их связи с коммуникативными стратегиями и другими показателями эффективности профессиональной деятельности

**Kalugina Natalia Rifkhatovna,**

Master's Degree Student, Department of Psychology, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

**Okonechnikova Lyubov Viktorovna,**

Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of General and Social Psychology, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

**Symaniuk Elvira Evaldovna,**

Doctor of Psychology, Professor, Head of Department of General and Social Psychology, Director of the Ural Institute for the Humanities, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

**Chalikova Olga Sergeevna,**

Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of General and Social Psychology, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.

**ANALYSIS OF COMMUNICATIVE STRATEGIES OF PERSONNEL IN ROLEPLAYING**

**KEYWORDS:** communicative strategy; speech strategy; dialogue; communicative tactic; communicative experience; game; quest; organization staff.

**ABSTRACT.** The article analyzes similar concepts: "communicative strategy", "communicative tactic" and "communicative experience", which are relatively new for different applied research works. The unit for analysis in this article is communication during roleplaying. The article describes the results of pilot study, in the frames of which three communicative strategies of playing have been analyzed; they are different in the degree of openness, symmetry and type of communication: presentation, manipulation and convention. The authors present their own dichotomous classification of communicative strategies on the basis of locus control, creativity, emotional coloring, honesty and efficiency. The participants have been divided into groups according to their result and satisfaction. An attempt has been made to find a correlation between the categories of participants and communicative strategies they had chosen. In general, the research has not revealed a single communicative strategy that would provide effective communication. The results may serve as the basis for new role-plays and a profound study of their connection with communicative strategies and other parameters of effective work.

**П**онятие коммуникативной стратегии является относительно новым для различных прикладных исследований. Активное употребление этого термина началось в конце 80-ых — начале 90-ых гг. XX в. на уровне изучения речевого общения [4; 6; 8]. Единицами анализа коммуникативных стратегий в ряде работ этих авторов [1; 6] выступило высказывание (предложение). Коммуникативная стратегия в этом случае включает в себя: выбор глобального речевого намерения; отбор компонентов семантики предложения; определение того, какой объем информации придется на одну тему; соотношение объема информации о ситуации с состоянием собеседника; определение порядка следования коммуникативных составляющих; настройку коммуникативной структуры предложения на определенный коммуникативный режим (диалогический, нарративный, режим озвучивания письменного текста), стиль и жанр [1; 6].

В других работах единицей анализа коммуникативных стратегий стало минимальное диалогическое единство — последовательность реплик адресанта и адресата со следующими особенностями: все реплики связаны единой темой; диалог начинается абсолютно независимым и кончается абсолютно зависимым речевым актом; все отношения выполнены; внутри данной последовательности не существует другой, отличной от нее, которая удовлетворяла бы другим условиям [4]. Выделенный минимальный диалог может соответствовать «транзакции», минимальной единице взаимодействия.

Единицей анализа коммуникативных стратегий в исследованиях О. С. Иссерс является диалогическое взаимодействие коммуникантов» [10]. Схема анализа речевой тактики опирается на определенные параметры коммуникативной ситуации и выглядит следующим образом: информация о предстоящем коммуникативном событии; позиции в предстоящем диалоге (концепции автора и адресата); установки говорящего и слушающего на тип общения; условия успешности речевой тактики; коммуникативные ходы и их языковые маркеры [10].

Данный подход представляется нам более убедительным, поскольку все признаки коммуникативной стратегии можно выявить только в рамках диалогического взаимодействия. Исследуя в дальнейшем коммуникативные стратегии, мы будем иметь в виду именно диалогическое взаимодействие общающихся, а под коммуникативными стратегиями понимать «обобщенную согласованную схему коммуникативного поведения, в которой серия различных вер-

бальных и невербальных средств используется для достижения цели субъекта коммуникации» [7, с. 21].

Суммируя результаты исследований, можно сформулировать две выделенные особенности коммуникативных стратегий: структурированность и прогнозируемость.

В самом общем смысле структурированность коммуникативной стратегии включает в себя планирование процесса коммуникации и его реализацию в зависимости от конкретных условий общения и личностных особенностей партнеров по общению, можно сказать, что это «комплекс коммуникативных действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [11, с. 181].

В психологической интерпретации понятия «коммуникативная стратегия» сохраняется идея прогноза поведения партнера по общению. Коммуникативные стратегии представляют своего рода гипотезы относительно будущего поведения партнера и обладают определенной степенью вероятности успешности. Если выявлены условия, определяющие результат, то можно прогнозировать, что определенные коммуникативные стратегии должны с достаточной долей вероятности гарантировать успех.

При этом следует учитывать, что планирование коммуникативной стратегии — это не просто конструирование языковых высказываний, а часть интерактивного процесса, в котором слушающий активно интерпретирует речевые действия партнера, реализуя собственную стратегическую линию. Поэтому диалог — это, по сути, коммуникативный поединок за право осуществить свою стратегию [11, с. 183].

В большинстве случаев высказывания используются говорящим, для того чтобы адресат однозначно определил его коммуникативные намерения. Однако это не исключает коммуникативных затруднений [12, с. 27]. Некоторые типы речевых действий, особенно ритуальные, допускают освоение и заучивание их, вплоть до речевых формул. Другие — могут иметь несколько целей, тогда успешность общения оценивается достижением максимального количества целей [12, с. 38]. Отсутствие реализации какой-либо цели говорит о неверности выбранной коммуникативной стратегии.

Итак, в процессе общения люди всегда преследуют цели. А чтобы достичь коммуникативных целей, нам необходимо использовать особые приемы, называемые коммуникативными стратегиями. Коммуникативная стратегия является частью коммуникативного взаимодействия или поведения.

Близкими к понятию «стратегия» является понятие «коммуникативная тактика» и коммуникативный опыт. Тактике присущи практические действия в реальном процессе взаимодействия, и тактика по своим масштабам соотносится не с коммуникативной стратегией, а с набором коммуникативных задач, намерений. Стратегия определяется, как правило, общей целью, тактика — коммуникативным намерением (интенцией).

Коммуникативный опыт необходимо понимать как знания о неуспешных и успешных коммуникативных тактиках, которые привели, либо не привели к успешной реализации коммуникативных стратегий.

Итак, коммуникативные стратегии отражают социальные образцы понимаемых обществом цепочек действий. Хорошо выстроенные коммуникативные стратегии систематизированы и предсказуемы, направлены на реализацию цели. Именно поэтому их изучение является наиболее важным в контексте разных культур, в том числе организационной [2; 3; 6; 7; 13].

На наш взгляд, одним из перспективных методов изучения существующих коммуникативных стратегий персонала можно считать ролевые игры-квесты, так как в игре моделируются коммуникативные ситуации, аналогичные тем случаям, которые характерны для реальной деятельности участников [9]. Осознание игроками эффективности собственных стратегий и своевременная их самокоррекция позволяет строить долговременные прогнозы относительно успешности коммуникации в профессиональной деятельности.

Игра традиционно является как неотъемлемой частью коммуникативных тренингов [9], так и самодостаточной формой работы с сотрудниками: в системе повышения их квалификации [14], адаптации [5], аттестации персонала [3] и т.д. Среди различных видов игр, нами были выбраны игры-квесты. Их отличительной особенностью является наличие неординарных целей наряду с отсутствием четкого алгоритма их достижения (в отличие от организационных игр), а также иррациональность сюжетной линии (в отличие от деловых ролевых игр). За счет этого стимулируется продуктивное мышление: креативность и нестандартность в нахождении нетипичных ходов решения проблемных ситуаций.

Нами был разработан сюжет игры, который включает в себя необходимость проявления коммуникативных стратегий в различных моделирующих ситуациях: конкуренция и кооперация, реализация личных и групповых целей, умение рас-

ставлять приоритеты и достигать нескольких целей одновременно, способность к планомерности и умение действовать в ситуации неопределенности.

Коммуникативные стратегии игроков оценивались с помощью следующих методов:

— метода непосредственного наблюдения за игровым процессом,

— метода групповой оценки личности (ГОЛ),

— метода семантического анализа, позволяющего оценить результаты видео- и аудиозаписей игры,

— метода индивидуальной беседы с каждым участником.

Исследование носило пилотажный характер.

Его целью стало выявление наиболее предпочитаемых коммуникативных стратегий сотрудников в процессе ролевой игры.

Выборку составили 47 сотрудников коммерческих организаций г. Екатеринбурга.

В научной литературе представлены типологии коммуникативных стратегий и тактик. Например, О. С. Иссерс предлагает выделять основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии [10]. Основной можно назвать стратегию, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является с точки зрения иерархии мотивов и целей наиболее значимой. В большинстве случаев к основным стратегиям относятся те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, его поведение (как физическое, так и интеллектуальное). Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата [там же].

Для нашего исследования с целью выявления предпочитаемых коммуникативных стратегий мы использовали классификацию, представленную А. Н. Суховым [15], поскольку именно эта типология описывает основные социальные процессы, порождающие коммуникационные действия. Согласно этой типологии можно выделить следующие типы коммуникационных стратегий: презентация, манипуляция, конвенция. Они отличаются по уровню открытости, симметрии и способу производимой коммуникаций: презентационный тип является пассивной коммуникацией; манипуляционный тип является активной коммуникацией, конвенциональный тип является интерактивной коммуникацией.

Анализ полученных результатов показал, что на начальном этапе игры практически все участники выбрали манипулятивный тип коммуникации. Можно сказать, что в ситуации неопределенности игроки

используют разные манипуляции в отношении друг друга и ведущих для ориентировки, проверки правил и изучения возможностей их обойти.

Переход к конвенциональной (интерактивной) стратегии в процессе игры носил ситуационный характер и не был связан с достижением организационных ключевых целей. Игроки были склонны договариваться между собой только в условиях безопасности и для достижения личных игровых задач. С одной стороны, это может быть связано с недостаточной практикой коммуникаций внутри организации. С другой стороны, можно предположить, что моделируемая в игре ситуация стимулирует среди участников активность, стремление добиться поставленной цели.

Использование презентационной и конвенциональной стратегий для нейтральных персонажей игры стала возможным только на более позднем этапе проведения игры — этапе групповой рефлексии.

В контексте нашего исследования представляется особо важным подчеркнуть, что существующая в литературе классификация коммуникативных стратегий не исчерпывает всего стратегического репертуара участников игры. Сделав сводный анализ полученных данных по проведенным нами разными методами исследования, мы попытались описать коммуникативное поведение игроков с помощью дихотомических оснований, что, на наш взгляд, существенно расширило диапазон описания стратегий.

В качестве дихотомических оснований классификации коммуникативных стратегий мы выделили: локус контроля, креативность, эмоциональность, правдивость, действенность. Описание, примеры и соотношение участников в соответствии с разными стратегиями представлены в таблице 1. Необходимо отметить, что данные стратегии являлись устойчивыми в течение всей игры у конкретных игроков, что стало основанием для разработки рекомендаций по коррекции коммуникативного поведения.

Как видно из таблицы 1, предложенная классификация позволяет более индивидуально подойти к анализу проявлений коммуникативных стратегий конкретными участниками. Так, в нашей выборке проявилось примерно равное число участников, выбравших экстермальную и интермальную стратегии. Несмотря на то что большинство игроков предпочитают действовать репродуктивно-шаблонно, значительная часть проявляла творческий подход в решении предложенных задач.

В процессе игры было заметно различное сочетание коммуникативных стратегий,

используемых одним игроком. Однако направления игрового взаимодействия по разным основаниям отражали индивидуальный стиль общения участников на протяжении всей игры.

Эффективность прохождения игры оценивалась по двум параметрам: результативность (число реализованных за игровое время целей) и удовлетворенность (эмоциональное отношение к результату).

По итогам проведения игры по критериям результативность-удовлетворенность мы выделили следующие категории участников:

1. Высоко результативные и удовлетворенные: 60%
2. Высоко результативные и не удовлетворенные: 5%
3. Низко результативные и удовлетворенные: 30%
4. Низко результативные и не удовлетворенные: 2%

Таким образом, большинство участников положительно отнеслись к игре, независимо от результатов ее прохождения, что еще раз подтверждает возможность использования игр в практике работы с персоналом [3; 5; 9; 14].

В таблице 2 представлено распределение выделенных нами категорий участников по критерию результативность-удовлетворенность по пяти парным взаимоисключающим коммуникативным стратегиям, характеризующим игровое взаимодействие участников в процессе ролевой игры-квеста.

Как видно из таблицы, высоко результативные и удовлетворенные игроки использовали максимальный спектр коммуникативных стратегий для достижения целей. В меньшей степени для представителей этой группы характерна рациональная и рефлексивная стратегии.

Высоко результативные и неудовлетворенные участники в нашем исследовании — это рациональные интерналы, действующие по шаблону. Причина неудовлетворенности, на наш взгляд, связана с осознанием собственных ошибок, которые сложно рационально исправить в процессе игры.

Низко результативные и удовлетворенные участники чаще правдивы, эмоциональны, творчески подходят к решению задач. Вероятно, сочетание творческого подхода и эмоциональность обеспечивают позитивное отношение к процессу, несмотря на невысокие результаты.

Низко результативными и неудовлетворенными участниками в игре-квест оказались рефлексивные экстерналы, склонные к стратегии лжи и решению задач шаблонными способами. Вероятно, низкая результативность связана с непониманием

необходимости использования правил, регулирующих коммуникацию.

Таблица 1

**Распределение коммуникативных стратегий в ролевой игре-квесте**

Коммуникативная стратегия		Описание	Примеры
Локус контроля	Экстернальная (52%)	Склонность приписывать результаты деятельности внешним факторам. Игрок надеется на кого-то, просит совета и помощи, жалуется.	Виноваты все вокруг, но не он. «Цели были не четко прописаны», «У трактирщика выше прибыль, потому что у многих в задачах было обязательное посещение трактира»
	Интернальная (48%)	Склонность приписывать результаты деятельности внутренним факторам. Игрок видит связь между своими действиями и тем, что происходит. Есть опора на свои качества, умения, усилия	Если что-то не получилось, то отвечаю я сам. «Если бы я во время собеседования нанял на работу палача, то смог бы заработать еще больше денег»
Креативность	Репродуктивная (60%)	Игрок выполняет то, что написано в целях игры и не знает, что делать дальше.	Бесцельное хождение по залу. «Я уже выполнил все цели, что мне теперь делать?», «У меня не было написано в задачах создать свой бизнес»
	Продуктивная (40%)	Помимо поставленных целей игрок начинает выдумывать новые способы коммуникации и дополнительные задачи.	Активно действует, не стоит на месте. «Я придумала, что можно знакомиться за деньги и это надо будет тем, у кого в задачах есть как можно больше связей»
Эмоциональность	Эмоциональная (80%)	Ориентация на эмоции в принятии решений (как положительные, так и отрицательные).	Чаще активны и импульсивно действуют. «Я чувствовала, что этому игроку нельзя открываться, а этому можно».
	Рациональная (20%)	Опора на рассудок, рационализация происходящего.	Рассудительны и чаще сначала наблюдают, а не действуют. «Когда со мной кто-то знакомился, я рассуждал, зачем я могу ему быть полезен и как действовать»
Правдивость	Стратегия правды (70%)	Игрок соблюдает правила, предпочитает не договаривать, но старается быть честным.	Отстаивали свои права в игре, жаловались ведущим на нарушение правил. «Правила относительно дуэлей игроками не соблюдались, поэтому не удалось увидеть приход подвесок в игру, народу было много»
	Стратегия лжи (30%)	Игрок намеренно искажает информацию, для достижения своих целей или ради удовольствия	Легко меняют тактики и манипулируют, при необходимости искажая информацию. «Я сказала, что у меня совсем нет денег, когда трактирщик заломил мне высокую цену и он меня пожалел»
Размышление/действие	Рефлексивная (40%)	Игрок наблюдает, размышляет, перечитывает правила и собственные цели, прежде чем начать действовать.	В начале игры долго входили в процесс, перечитывали сценарий, наблюдали со стороны. «Если бы я сразу начал действовать, то успел бы больше целей достичь»
	Проактивная (60%)	Игрок предпочитает действия размышлениям, ошибки корректирует в процессе.	Сразу активно включаются в процесс, практически не рассуждая. «Я сразу начала со всеми подряд знакомиться, хотя можно было бы сначала продумать стратегию, к кому подходить, а к кому нет»

Таблица 2

**Соотношение эффективности игры и коммуникативных стратегий (в %)**

Коммуникативная стратегия	Эффективность игры			
	Высоко результативные и удовлетворенные	Высоко результативные и неудовлетворенные	Низко результативные и удовлетворенные	Низко результативные и неудовлетворенные
Экстернальная	50	0	50	100
Интернальная	50	100	50	0
Репродуктивная	50	100	40	100
Продуктивная	50	0	60	0
Эмоциональная	94	0	70	50
Рациональная	6	100	30	50
Стратегия правды	50	50	100	0
Стратегия лжи	40	50	0	100
Рефлексивная	25	50	50	100
Проактивная	75	50	50	0

В целом, нами не выявлена какая-то одна коммуникативная стратегия, явно обеспечивающая эффективность коммуникации. Полученные данные являются основанием для разработки новых сценариев

игр и более детального исследования их связи с коммуникативными стратегиями и другими показателями эффективности профессиональной деятельности.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Агаркова О. А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний [Электронный ресурс] // Филологические науки в России и за рубежом : мат-лы Междунар. науч. конф. (февраль 2012 г., Санкт-Петербург). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 95-97. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/26/1231/> (дата обращения: 03.12.2018).
2. Асташина О. В. Коммуникативные стратегии в организации // Вестник науки и образования Северо-Запада России. — 2015. — Т. 1. — № 4.
3. Базаров Т. Ю. Игра как средство командообразования // Психология сегодня: Ежегодник Российского психологического общества. — 1996. — Т. 2. — Вып. 2.
4. Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Постулаты когнитивной семантики // Известия АН. Серия: Литература и язык. — 1997. — Т. 56. — № 1. — С. 11-21.
5. Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход : метод. пособие. — М. : Высш. шк., 1991. — 207 с.
6. Германова Н. Н. Коммуникативная стратегия комплимента и проблемы типологии речевых этикетов // Язык и модель мира : сборник науч. трудов. — 1993. — Вып. 416. — С. 27-39.
7. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. — 1-е изд. — СПб. : Питер, 2011. — 288 с.
8. Дементьев В. В. Фактические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной компетенции и типология речевых жанров / Жанры речи. — Саратов, 1997. — С. 34-43.
9. Ежова Л. В. Постановка и решение управленческих задач на промышленных предприятиях методом деловых игр. — Новосибирск : Наука, 2005. — 124 с.
10. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» . — 2-е изд. — М. : Флинта : Наука, 2011. — 224 с.
11. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. — М. : РИПОЛ КЛАСИК, 2002. — 187 с.
12. Кравец М. А. Коммуникативная стратегия: систематизация определений, подходы к разработке // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. — 2013. — № 1 — С. 149-153.
13. Орлова Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами : дис. ... д-ра экон. наук. — М., 2002. — 345 с.
14. Рышкевич В. М. Симуляционные формы обучения в практике преподавания экономических дисциплин и повышения квалификации [Электронный ресурс] // Теория и практика образования в современном мире : мат-лы III Междунар. науч. конф. (май 2013 г, Санкт-Петербург.). — СПб. : Реноме, 2013. — С. 162-163. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/70/3864/> (дата обращения: 04.12.2018).
15. Сухова К. В. Коммуникация стратегии — необходимость в современном стратегическом менеджменте // Экономика. Налоги. Право. — 2015. — № 3. — С. 147-151.

**REFERENCES**

1. Agarkova O. A. Kommunikativnye strategii i taktiki komplimentarnykh vyskazyvaniy [Elektronnyy resurs] // Filologicheskie nauki v Rossii i za rubezhom : mat-ly Mezhdunar. na-uch. konf. (fevral' 2012 g., Sankt-Peterburg). — SPb. : Renome, 2012. — S. 95-97. — Rezhim dostupa: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/>

26/1231/ (data obrashcheniya: 03.12.2018).

2. Astashina O. V. Kommunikativnye strategii v organizatsii // Vestnik nauki i obrazovaniya Severo-Zapada Rossii. — 2015. — T. 1. — № 4.
3. Bazarov T. Yu. Igra kak sredstvo komandooobrazovaniya // Psikhologiya segodnya: Ezhegodnik Rossiyskogo psikhologicheskogo obshchestva. — 1996. — T. 2. — Vyp. 2.
4. Baranov A. N., Dobrovol'skiy D. O. Postulaty kognitivnoy semantiki // Izvestiya AN. Seriya: Literatura i yazyk. — 1997. — T. 56. — № 1. — S. 11-21.
5. Verbitskiy A. A. Aktivnoe obuchenie v vysshey shkole: kontekstnyy podkhod : metod. posobie. — M. : Vyssh. shk., 1991. — 207 s.
6. Germanova N. N. Kommunikativnaya strategiya komplimenta i problemy tipologii rechevykh etiketov // Yazyk i model' mira : sbornik nauch. trudov. — 1993. — Vyp. 416. — S. 27-39.
7. Gavra D. P. Osnovy teorii kommunikatsii. — 1-e izd. — SPb. : Piter, 2011. — 288 s.
8. Dement'ev V. V. Fakticheskie i informativnye kommunikativnye zamysly i kommunikativnye intentsii: problemy kommunikativnoy kompetentsii i tipologiya rechevykh zhanrov / Zhanry rechi. — Saratov, 1997. — S. 34-43.
9. Ezhova L. V. Postanovka i reshenie upravlencheskikh zadach na promyshlennykh predpriyatiyakh metodom delovykh igr. — Novosibirsk : Nauka, 2005. — 124 s.
10. Issers O. S. Rechevoe vozdeystvie : ucheb. posobie dlya studentov, obuchayushchikhsya po spetsial'nosti «Svyazi s obshchestvennost'yu» . — 2-e izd. — M. : Flinta : Nauka, 2011. — 224 s.
11. Klyuev E. V. Rehevaya kommunikatsiya. Uspeshnost' rechevogo vzaimodeystviya. — M. : RIPOL KLASSIK, 2002. — 187 s.
12. Kravets M. A. Kommunikativnaya strategiya: sistematizatsiya opredeleniy, podkhody k razrabotke // Vestnik VGU. Seriya: Ekonomika i upravlenie. — 2013. — № 1 — S. 149-153.
13. Orlova T. M. Kommunikatsionnyy menedzhment v upravlenii ekonomicheskimi sistemami : dis. ... d-ra ekon. nauk. — M., 2002. — 345 s.
14. Ryshkevich V. M. Simulyatsionnye formy obucheniya v praktike prepodavaniya ekonomicheskikh distsiplin i povysheniya kvalifikatsii [Elektronnyy resurs] // Teoriya i praktika obrazovaniya v sovremennom mire : mat-ly III Mezhdunar. nauch. konf. (may 2013 g, Sankt-Peterburg.). — SPb. : Renome, 2013. — S. 162-163. — Rezhim dostupa: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/70/3864/> (data obrashcheniya: 04.12.2018).
15. Sukhova K. V. Kommunikatsiya strategii — neobkhodimost' v sovremennom strategicheskome menedzhmente // Ekonomika. Nalogi. Pravo. — 2015. — № 3. — S. 147-151.