

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Иркутский областной колледж культуры
Серия «Школа педагогического мастерства»**

Деловая культура

Учебно-методическое пособие

Иркутск, 2019

УДК
ББК 85.345

Рассмотрено на заседании ПЦК
общих гуманитарных дисциплин
Протокол № 09 от 14 мая 2019 г.
Председатель Коршунова О.В.

Составитель: Монжиевская В.В., преподаватель ГБПОУ ИОКК, Заслуженный учитель РФ, к.п.н., доцент
Рецензент: Киселева Т.М., директор ГБУ ДПО ИОУМЦКИ «Байкал»

Деловая культура : учебно-методическое пособие /сост. Монжиевская В.В.; Иркутский областной колледж культуры. – Иркутск, 2019. – 38 с. – (Школа педагогического мастерства).

Учебно-методическое пособие содержит теоретические материалы для самостоятельного изучения курса и практический раздел для формирования умений использовать теоретические сведения на практике. Содержание пособия соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 51.02.03 Библиотекосведение.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов заочной формы обучения, слушателей курсов повышения квалификации, преподавателей, специалистов-практиков.

№ п/п	Структурные компоненты	Содержание
1	Наименование лекции	Саморазвитие культуры делового общения
2	План лекции	1.Понятие деловой культуры. 2.Этика. 3.Этикет.
3	Содержание лекции	<p>Понятие «культура» относится к числу фундаментальных, отражая многообразие человеческого бытия. В основании ее лежат потребности человека, продуктом которых являются идеи, научные теории, ценности, религии, традиции, социальные нормы, правила грамматики и ритуала, производственные объекты, машины и пр. Многое из перечисленного передается из поколения в поколение на основе общения (как необходимого условия формирования и развития общества), духовных ценностей (знание, мораль, искусство), обмена деятельностью в широком ее понимании, информацией, опытом, умениями, навыками и мн.др.</p> <p>Деловая культура - определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей личности, проявляющийся в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.</p> <p>В переводе с греческого языка этика означает обычай, нрав. Этика имеет дело с принципами, которые определяют правильное или неправильное поведение. Сегодня этику понимают как учение о морали и нравственности.</p> <p>Этика отвечает на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Что есть добро и зло. 2) Что неправильно и что правильно в поведении людей в сфере бизнеса. 3) Каковы их мотивы и условия их этического поведения. 4) Что нужно делать для формирования нравственных принципов. <p>Чтобы поведение в сфере бизнеса отвечало определенным нормам и стандартам, необходимо три компонента:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Внутренний контроль (моральные принципы и сознание самого человека). 2) Внешний контроль (законы этики, этические кодексы, этические принципы) 3) Механизм решения этических дилемм. Этическое обучение. <p>Общие для всех принципы.</p> <p>Основание - философские принципы социальной ответственности:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) утилитаризм: максимум благ для большинства людей (интересы для всех участвующих сторон); б) соблюдение прав человека: защита чести и достоинства каждого человека; в) справедливость - обеспечение равных прав при распределении ответственности и благ. <p>В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные</p>

	<p>принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди personal public relation (весьма приближенно можно перевести как "деловой этикет"). Джен Ягер в книге "Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса" выделяет шесть следующих основных принципов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Пунктуальность (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип делать все вовремя распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25 процентов к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.2. Конфиденциальность (не болтайте лишнего). Секреты учреждения, корпорации или конкретной сделки необходимо хранить так же бережно, как тайны личного характера. Нет также необходимости пересказывать кому-либо услышанное от сослуживца, руководителя или подчиненного об их служебной деятельности или личной жизни.3. Любезность, доброжелательность и приветливость. В любой ситуации необходимо вести себя с клиентами, заказчиками, покупателями и сослуживцами вежливо, приветливо и доброжелательно. Это, однако, не означает необходимости дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.4. Внимание к окружающим (думайте о других, а не только о себе). Внимание к окружающим должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, старайтесь понять, почему у них сложилась та или иная точка зрения. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените замечания и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.5. Внешний облик (одевайтесь как положено). Главный подход - вписаться в ваше окружение по службе, а внутри этого окружения - в контингент работников вашего уровня. Необходимо выглядеть самым лучшим образом, то есть одеваться со вкусом, выбирая цветовую гамму к лицу. Важное значение имеют тщательно подобранные аксессуары.6. Грамотность (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранных слов. Даже если вы всего лишь приводите слова другого человека, окружающими они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона. (Ягер Д. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М., 1994.) <p>В зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает и в какой степени учитывает в общении, сделать его эффективным, достичь поставленных целей, или очень сильно затруднить это общение. В деловом общении помимо соблюдения этических норм важное значение имеет деловой этикет. Наиболее общее определение этикета таково: это установленный порядок поведения где-либо. Этикет, принимаемый как культура поведения, правила хорошего тона, социально одобряемые манеры, предписывает нормы поведения на работе, в гостях, на деловых встречах и т.д. (Шибутани Т. Социальная психология. - М., 1969. – С. 119.)</p> <p>В практике деловых отношений есть масса стандартных ситуаций, для которых вырабатываются формы и правила поведения. Этот набор правил составляет этикет делового общения. Этикет – это в большей степени не внутренняя психологическая, а внешняя сторона делового общения. Деловой этикет обуславливает наиболее</p>
--	--

целесообразное поведение, способствующее успеху в деловых отношениях.

Этикет (фр. - etiquette) - нормы и обычаи, регулирующие культуру поведения человека в обществе. В это понятие входит совокупность правил, связанных с умением держать себя в обществе, внешней опрятностью, правильностью построения беседы и ведения переписки, грамотностью и ясностью изложения своих мыслей, культурой поведения за столом и в иных ситуациях делового и светского общения. Нравственный смысл этикета проявляется прежде всего в том, что с его помощью мы получаем возможность выразить уважение к человеку. "Содержание этикета - признание значимости человека или проявление уважения к нему, выраженное в форме вежливости, учтивости." (Стошкус А. Этикет в развитии общества //Этическая мысль: научно-публицистические чтения. - М., 1988. - С. 241.)

Этикет имеет исторический характер. Представляя собой, явление общественной культуры, этикет возник в период зарождения абсолютных монархий и выполнял роль возвеличивания царственных особ: императоров, королей, герцогов и т.п., и для закрепления, подчеркивания социальных различий между чинам, сословиями, званиями, в имущественном положении.(Андреева Г.М. Предмет социальной психологии и ее место в системе научного знания //Хрестоматия по социальной психологии - М.: Международная педагогическая академия, 1994. – С. 17.)

В России во времена царствования Петра Первого стал насаждаться западный этикет. Бояре и дворяне по приказам царя должны были менять одежду, манеры и внешние формы поведения. В дальнейшем в России формировался этикет, который отвечал требованиям и особенностям национальной культуры. В современном обществе число людей, посещающих разные страны, велико и все время растет, происходит сближение обычаев, нравов и этикетов. Если раньше для дворянства ориентирами хорошего поведения были испанский, а затем французские этикеты, то сегодня нормы поведения европейских народов настолько сблизились, что можно говорить о существовании общеевропейского кодекса хорошего тона. Этот кодекс практически не отличается от американского или русского кодексов хорошего тона. Здесь действуют основные правила и нормы хорошего поведения.

Перечисленные характеристики находят выражение в манерах поведения человека, его внешнем облике, речи, демонстрации отношения к другим людям.

В зависимости от назначения, социальной принадлежности его носителей этикет может определяться как придворный, дипломатический, военный, деловой и т.п. Общая тенденция, характеризующая современный этикет, - его демократизация, избавление от излишней усложненности и вычурности, стремление к естественности и разумности. Эта тенденция, однако, не отменяет всей строгости и обязательности применения этикета, например, в такой сфере, как международное общение, где отступление от общепринятых норм может нанести ущерб и стране, и ее представителям.

Что касается делового этикета, то он основывается на тех же нравственных нормах, что и светский. Белорусский исследователь И. Браим, отмечая взаимосвязь делового и светского этикетов, выделяет следующие общие для них нравственные нормы:

- вежливость, которая является выражением уважительного отношения к человеку. Проявлять вежливость - значит желать добра человеку. Суть вежливости - доброжелательность;
- корректность или умение держать себя всегда в рамках приличий, даже в конфликтной ситуации;
- тактичность - чувство меры, превысив которое, можно обидеть человека или не дать ему "сохранить лицо" в

		<p>затруднительной ситуации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - скромность - сдержанность в оценке своих достоинств, знаний и положения в обществе; - благородство - способность совершать бескорыстные поступки, не допускать унижения ради материальной или иной выгоды; - точность - соответствие слова делу, пунктуальность и ответственность при выполнении взятых обязательств в деловом и светском общении. (Браим И.Н. Этика делового общения. - Минск, 1996. - С. 115 - 117.) <p>В международной сфере деловой этикет в целом следует нормам и традициям, наиболее полно выраженным в дипломатическом протоколе и этикете. Под дипломатическим протоколом понимается совокупность общепринятых норм, правил и традиций, соблюдаемых официальными лицами в международном общении. При этом дипломатический этикет, как важная часть протокола, регламентирует правила поведения официальных лиц во время различных мероприятий, включающих переговоры, встречи делегаций, визиты, беседы, взаимные представления, приемы и т.д. Дипломатический протокол и этикет носят наднациональный характер и в связи с этим получили широкое распространение в сфере международного делового общения.</p> <p>Основные принципы протокола соответствуют нравственным нормам делового и светского общения и включают:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) взаимную вежливость; 2) такт; 3) непринужденность (естественность, раскованность, но не фамильярность); 4) разумность (рациональность) 5) обязательность.
4	Список литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил. 2. Монжиевская В.В. Деловое общение в текстах схемах и таблицах /В.В. Монжиевская. – Иркутск:Издательство ООО «Мегапринт», 2014. – 113 с. 3.Столяренко Л.Д. Психология общения : учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – 2 изд. – Ростов н/Д : Феникс 2017 ; 3 изд. – 2018
5	Контрольные вопросы	<ol style="list-style-type: none"> 1.Что такое деловой этикет? 2. Что такое деловой этика? 3. Что такое деловая культура? 4.Какие виды этикета вы знаете? 5.Сформулируйте этические принципы делового человека. 6.Среди шести основных "заповедей делового этикета", приводимых Джон Ягер, выделите наиболее этически ориентированные принципы.
6	Глоссарий	<p>Деловая культура - определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей личности, проявляющийся в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.</p> <p>Этика (учение о морали, нравственности) – система норм нравственного поведения людей, их общественный долг, их обязанность по отношению друг к другу.</p>

7	Тестовые задания	<p>Этикет – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношений к людям.</p> <p>1. Найдите неверное высказывание: А) Этика (учение о морали, нравственности) – система норм нравственного поведения людей, их общественный долг, их обязанность по отношению друг к другу. Б) Этикет – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношений к людям. В) Этика и этикет взаимозаменяемые понятия. Г) Этикет составляет часть внешней культуры общества.</p> <p>2. Различают несколько видов этикета, основными из которых являются: А) придворный этикет Б) деловой этикет В) воинский этикет Г) общегражданский этикет.</p> <p>3. Найдите неверное высказывание: А) Самая распространенная сегодня одежда бизнесменов – костюм. Б) Самая распространенная сегодня одежда бизнесменов – смокинг. В) Для служебной обстановки и торжественных случаев подходят однотонные ткани. Г) Нижняя пуговица пиджака мужчины должна быть расстегнута.</p> <p>4. Что такое деловой этикет? А) установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов; Б) установленный порядок поведения в повседневной жизни; В) нормы поведения за столом во время деловых переговоров; Г) совокупность законодательно установленных правил, регламентирующих деятельность бизнесменов.</p> <p>5. Система норм нравственного поведения людей, их общественный долг, их обязанности по отношению друг к другу А) этикет Б) этика В) мораль Г) нравственность</p> <p>6. Совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям А) этикет Б) этика В) мораль Г) нравственность</p> <p>7. Что из ниже перечисленного относится к этическим принципам и нормам деловых людей? А) терпимость; Б) тактичность и деликатность;</p>
---	------------------	---

		В) справедливость; Г) все ответы верны.
--	--	--

№ п/п	Структурные компоненты	Содержание
1	Наименование лекции	Саморазвитие культуры делового общения
2	План лекции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правила этикета 2. Деловой костюм
3	Содержание лекции	<p>Первый шаг к установлению знакомства - представление. Представиться можно лично и через посредника. Представиться (представить) - значит назвать имя, отчество и фамилию. Существует ряд общепринятых правил этикета, регламентирующих представления и знакомства: мужчина, независимо от возраста и положения, всегда представляется женщине первым; младших по возрасту или положению мужчин и женщин представляют старшим (по возрасту, положению, рангу); при равном положении молодой человек представляется пожилому; один человек всегда представляется паре, группе или обществу (даже женщина представляется супружеской паре первой). При представлении одного человека обществу громко называют его имя и фамилию: в этом случае нет необходимости подводить его к каждому из присутствующих, представляемый отвечает легким поклоном всему обществу, а не каждому отдельно. При знакомстве двух людей посредник должен не только подвести их друг к другу и сказать "Познакомьтесь", но и назвать представляемых, обращаясь соответственно к женщине, старшему по возрасту, чину, положению в обществе. Если знакомятся люди одного возраста и пола, то посредник представляет менее знакомого ему человека более знакомому. Членов своей семьи представляют (знакомят), называя только имя без фамилии.</p> <p>Представление и знакомство чаще всего сопровождается рукопожатием. При этом действуют следующие правила: первым руку подает тот, кому представляют человека; женщина - мужчине; старший - младшему по возрасту; начальник - подчиненному. Если рука для рукопожатия не подается - отвечается легким поклоном. Рукопожатие не должно быть слишком сильным или слишком слабым. Нельзя трясти руку, пожимать ее двумя руками или подавать для рукопожатия только пальцы. Мужчина всегда подает руку без перчатки, женщина может не снимать перчатку. После представления в знак установления знакомства принято обмениваться несколькими фразами или вступать в непродолжительную беседу. Инициатива такой беседы должна принадлежать женщине или старшему по возрасту и положению.</p> <p>Правила приветствий предусматривают не только их форму, но и условия применения той или иной формы. Первыми приветствуют: младшие - старших, мужчина - женщину, опаздывающие - ожидающих, входящие - присутствующих. Так, даже женщина, присоединяясь к обществу, обязана приветствовать присутствующих, не ожидая приветствий со стороны собравшихся. Уходя, женщина также прощается первой.</p>

Приветствуя женщину или старшего по возрасту и положению, мужчина обязан встать или, если приветствуемый лишь проходит мимо, не намереваясь вступить в разговор, приподняться, т.е. обозначить вставание. Главные требования к приветствиям - дружелюбность, доброжелательность. Приветствие, как правило, сопровождаются улыбкой.

Обязательность требований этикета подразумевает, что их необходимо соблюдать независимо от психологического состояния или иных факторов личностного характера. В гостях хозяйку дома приветствуют в первую очередь, даже если у вас с ней натянутые отношения, здороваются со всеми знакомыми, включая тех, кто вам по тем или иным причинам неприятен.

Деловой костюм

Главные требования к одежде - опрятность, аккуратность, соответствие назначению, месту, положению и возрасту человека, времени года. Костюм должен быть отглаженным, без пятен, рубашка - свежей, обувь - чистой и без сбитых каблучков. Все элементы одежды и аксессуары должны быть тщательно подобраны по цвету и назначению и составлять в целом ансамбль, главным в котором должно быть сочетание строгости, вкуса и элегантности.

Итак, характерной особенностью делового костюма является его строгость. Она достигается отсутствием ярких тонов и экстравагантности в покрое. Клубный пиджак малинового или зеленого цвета уместен при неформальном общении, костюм традиционного покроя (однобортный или двубортный в соответствии с модой) - атрибут делового человека на службе и во время официальных мероприятий.

Деловому человеку рекомендуется выбирать спокойные тона и фасоны. Летом и в дневное время носят более светлые костюмы, зимой и на вечерних мероприятиях - более темные. Высокий темп деловой активности часто не оставляет времени на передевание к каким-то определенным событиям и мероприятиям, следующим сразу за завершением рабочего времени. В связи с этим на Западе многие деловые люди используют костюмы средних тонов в сочетании с белыми или очень светлыми сорочками, в которых допустимо появиться и на вечернем приеме. В этом случае, равно как и в другой обстановке, очень важен тщательно подобранный галстук. Надо помнить, что носить черные галстуки не принято, их надевают только в знак траура.

Не рекомендуется использовать большое количество украшений. Чем проще булавка для галстука, часы, а также портфель, ручки и другие необходимые предметы, тем лучше. Особый вкус и внимание к своим украшениям, аксессуарам и макияжу должны проявлять женщины.

В деловой одежде как мужчинам, так и женщинам рекомендуется использовать одновременно сочетания не более двух - трех цветов. В тон подбирают носки и галстуки. Обувь черного цвета подходит ко всем костюмам, цветная - не сочетается с черными и синими костюмами.

Приводить себя в порядок согласно этикету можно только дома, в номере гостиницы или специально отведенных для этого местах.

Суммируя изложенное, можно сослаться на И. Н. Браима, который справедливо замечает: "Как одежда женщины, так и одежда мужчины в деловой обстановке должна быть лишена вычурности, экстравагантности. Ее характер должен быть подчинен таким требованиям, как удобство, рациональность, элегантность. Вместе с тем при всей существенности одежды в формировании имиджа делового человека внешняя сторона этого имиджа всегда должна быть подчинена главным его качественным показателям: интеллекту, предприимчивости, высокой внутренней

		культуре, особенно нравственной, хорошим манерам."
4	Список литературы	<p>1. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил.</p> <p>2. Монжиевская В.В. Деловое общение в текстах схемах и таблицах /В.В. Монжиевская. – Иркутск:Издательство ООО «Мегапринт», 2014. – 113 с.</p> <p>3.Столяренко Л.Д. Психология общения : учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – 2 изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2017 ; 3 изд. – 2018</p>
5	Контрольные вопросы	<p>1. Перечислите нравственные нормы, лежащие в основе этикета, и дайте их краткую характеристику.</p> <p>2. Современный этикет характеризует тенденция к демократизации ряда норм и правил поведения. В каких сферах общения, по вашему мнению, не допускается отступление от общепринятых норм этикета?</p> <p>3. Какими правилами регламентируются представления, знакомства, приветствия?</p> <p>4. Какие требования предъявляются к мужскому (женскому) деловому костюму?</p>
6	Глоссарий	<p>Деловая культура - определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей личности, проявляющийся в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях.</p> <p>Этика (учение о морали, нравственности) – система норм нравственного поведения людей, их общественный долг, их обязанность по отношению друг к другу.</p> <p>Этикет – совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношений к людям.</p>
7	Тестовые задания	<p>1. Приветствуя кого-либо на расстоянии, мужчина:</p> <p>а) приподнимает шляпу или касается ее;</p> <p>б) снимает перчатку и машет рукой;</p> <p>в) делает легкий поклон.</p> <p>2. По правилам делового этикета при рукопожатии кто первым подает руку?</p> <p>А) Женщина - мужчине, старший по возрасту – младшему, начальник – подчиненному</p> <p>Б) Мужчина - женщине, младший по возрасту – старшему, подчиненный – начальнику</p> <p>В) Женщина - мужчине, младший по возрасту – старшему, подчиненный – начальнику</p> <p>Г) Мужчина - женщине, старший по возрасту – младшему, начальник – подчиненному</p> <p>3. Чем характеризуется рукопожатие «перчатка»?</p> <p>А) рука сверху, ладонь развернута вниз</p> <p>Б) рука снизу, ладонь развернута вверх</p> <p>В) человек двумя руками обхватывает руку другого</p> <p>Г) руки параллельно</p> <p>4. Поднимаясь по лестнице, первым идет:</p> <p>А) Мужчина</p> <p>Б) Женщина</p> <p>В) Без разницы</p>

Г) Поднимаются одновременно

5. Спускаясь по лестнице, кто должен идти первым?

А) Мужчина

Б) Женщина

В) Без разницы

Г) Можно спускаться одновременно

6. Что можно носить в заднем кармане брюк делового костюма?

А) Перочинный нож, карманные часы

Б) Платок

В) Футляр для очков

Г) Ничего

7. Какие фрукты из ниже перечисленных не рекомендуется подавать на приеме:

А) апельсины

Б) яблоки

В) гранаты

Г) арбузы

8. Вы подошли к группе из 5 человек, в которой есть знакомые и незнакомые Вам лица. Вы:

а) поздороваетесь с каждым за руку;

б) поздороваетесь с каждым и представитесь незнакомым;

в) пожмете руку знакомым и кивнете незнакомым;

г) кивнете всем.

9. Садясь в такси, мужчина:

а) приветствует шофера первым;

б) сразу указывает адрес.

10. Сидящие за столом в ресторане, кафе приветствуют знакомых:

а) выражая радость вслух;

б) помахав приветственно рукой;

в) кивком головы.

11. В офисе женщине ни в коем случае нельзя появляться:

А) в спортивной обуви

В) с оголенным пупком

Б) в майках

Г) в платьях

12. Приветствуя женщину на улице, мужчина:

а) снимает шляпу;

б) снимает перчатку;

в) снимает и шляпу и перчатку;

г) не снимает ни того ни другого.

13. Представляются:

- а) старший - младшему;
- б) младший - старшему;
- в) мужчина - женщине;
- г) женщина - мужчине;
- д) человек с более высоким положением - человеку с более низким положением;
- е) обратное к д).

14. Один подходит ко второму. Кто приветствует первым?

- а) тот, кто стоит;
- б) тот, кто подходит.

15. В коридоре женщина обогнала сослуживца. Кто первый приветствует?

- а) она;
- б) он.

16. Кто первый из женщин здоровается со знакомой?

- а) идущая с мужчиной;
- б) идущая одна;
- в) идущая с подругой.

17. Кто должен первым приветствовать при встрече?

- а) подчиненная;
- б) начальник (мужчина).

18. Женщина проходит мимо группы знакомых, мужчин. Кто здоровается первым?

- а) мужчины;
- б) женщина.

19. Кому принято целовать руку?

- а) незамужней женщине;
- б) замужней женщине;
- в) любой женщине.

20. Целуя руку женщине, мужчина должен:

- а) поклониться к руке;
- б) поднять руку к своим губам;
- в) среднее между (а) и (б).

21. Обязательно ли рукопожатие при встрече знакомых мужчин?

- а) обязательно;
- б) необязательно.

22. Должен ли мужчина снимать перчатку для рукопожатия?

- а) должен;
- б) не должен.

23. Рукопожатие должно быть:

	<p>а) сильным, энергичным; б) умеренной силы и энергии.</p> <p>24. Представляя свою супругу, мужчина сказал: “Это моя хозяйка”. Это высказывание:</p> <p>а) удачное; б) неудачное. Почему?</p> <p>25. Кто первый подает руку:</p> <p>а) незамужняя женщина - замужней; б) наоборот.</p>
--	--

№ п/п	Структурные компоненты	Содержание
1	Наименование лекции	Саморазвитие полемического мастерства
2	План лекции	1. Публичное выступление 2. Ораторские приемы 3. Типы ораторов
3	Содержание лекции	<p style="text-align: center;">Публичное выступление</p> <p>СТЕРЖНЕВАЯ ИДЕЯ Всякое выступление должно иметь стержневую идею (основной тезис), которую необходимо четко сформулировать перед аудиторией с самого начала. Знание цели усиливает внимание слушателей к докладу. Стержневая идея имеет большое значение и для самого выступающего, являясь связующим звеном для отдельных положений его речи. Выступление может иметь несколько стержневых идей, по желательно, чтобы их было не более трех. Сформулировать основной тезис — значит ответить на два вопроса: зачем говорить (это вопрос о цели выступления) и о чем говорить (это вопрос о средствах достижения цели, или, другими словами, о системе посылок и умозаключений). К основному тезису выступления предъявляются следующие требования: фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления; суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти; мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.</p> <p>СТРУКТУРА ВЫСТУПЛЕНИЯ Классическая композиция выступления включает три части: вступление, основную часть, заключение. Рекомендуется следующее примерное распределение времени: на вступление — 10%, на основную часть — 60—65%, на заключение — 20—30% времени выступления. Успех выступления в значительной степени зависит от вступления. Нередко оно больше всего запоминается слушателями, и первые фразы должны быть наиболее тщательно подготовлены и отработаны. Вступление должно включать объяснение цели, название доклада и расшифровку подзаголовка с целью</p>

точного определения содержания доклада. Необходимо четко сформулировать стержневую идею. Содержание основной части — всестороннее обоснование, раскрытие основного тезиса. Существуют различные варианты построения системы аргументации, защиты основной мысли. Вот некоторые из них:

- проблемное изложение (формулирование темы как проблемы: выявление и анализ противоречий, путей их разрешения);
- хронологическое изложение;
- изложение от причин к следствиям;
- индуктивное изложение (от частного к общему);
- дедуктивное изложение (от общего к частному).

В заключении можно повторить стержневую идею и главные мысли основной части. Однако основное содержание заключения – это те выводы, которые следуют из цели и основных идей выступления.

УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ АУДИТОРИИ

При подготовке публичного выступления необходимо выполнить по меньшей мере три требования:

- учесть интеллектуальный уровень слушателей;
- пробудить и поддерживать интерес к теме;
- учесть количество слушателей; общее правило таково: чем больше число слушателей, тем более простым, доходчивым должно быть выступление (отказ от специальной и иноязычной терминологии, построение речи короткими предложениями т. д.).

ОБЪЕМ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Не пытайтесь «втиснуть» слишком много материала в ограниченное время. Просрочка времени или перескакивание с одного на другое в процессе выступления может непоправимо испортить его. Нередко трудно использовать в выступлении весь имеющийся материал, поэтому он должен быть отобран исходя из степени убедительности. Об остальном можно только упомянуть и предложить желающим ознакомиться после доклада.

ПЛАН ВЫСТУПЛЕНИЯ

Готовясь к выступлению, некоторые заранее пишут свою речь; однако, выступая, довольно трудно точно воспроизвести написанные слова: устная речь значительно отличается от письменной. Устное выступление всегда выигрывает (за редкими исключениями) по сравнению с прочитанной по бумажке речью. План выступления с записанными ключевыми фразами и словами — достаточная опора для вашей памяти.

РЕПЕТИЦИЯ

Очень важно уметь видеть и слышать себя со стороны. Помочь докладчику в этом может магнитофонная (еще лучше — видеомагнитофонная) запись выступления во время репетиции. Особенно отчетливо недостатки видны, если прослушивание происходит спустя несколько дней после репетиции. Известные ораторы тратили много времени на подготовку своих речей. Блестящие «экспромты» на деле нередко являются удачными домашними заготовками. Полезно хотя бы проговорить выступление перед кем-нибудь из близких.

НАГЛЯДНЫЙ МАТЕРИАЛ

Психологи считают, что человек запоминает в среднем 10% того, что слышит, и 50% того, что видит. Для облегчения усвоения слушателями излагаемого материала желательно использовать диаграммы, рисунки, схемы, графики. Наглядный материал является, кроме того, как бы «скелетом» выступления, помогая докладчику не сбиваться с порядка изложения. Однако плохо подготовленный наглядный материал будет только раздражать слушателей и мешать выступающему (например, если плакат написан мелким шрифтом, его трудно прочесть).

Ораторские приемы:

- Вопросно-ответный прием. Оратор ставит вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам.
- Переход от монолога к диалогу (полемике) позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать тем самым их интерес.
- Прием создания проблемной ситуации. Слушателям предлагается ситуация, вызывающая вопрос: "Почему?", что стимулирует их познавательную активность.
- Прием новизны информации, гипотез заставляет аудиторию предполагать, размышлять.
- Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.
- Показ практической значимости информации.
- Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.
- Краткое отступление от темы дает возможность слушателям "отдохнуть".
- Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления (прием "тихий голос").

Действенным средством контакта являются специальные слова и выражения, которые обеспечивают обратную связь. Это личные местоимения 1 и 2 лица (я, вы, мы, мы с вами), глаголы в 1 и 2 лице (попробуем понять, оговоримся, отметим, прошу вас, отметьте себе, подумайте, конкретизируем и др.), обращения (уважаемые коллеги, дорогие мои), риторические вопросы (Вы ведь хотите услышать мое мнение?). Перечисленные языковые средства контакта помогают преодолеть "барьер", служат объединению говорящего со слушателями.

Типы ораторов

С. Ф. Иванова в работе «Специфика публичной речи» (М., 1978) выявила индивидуальные речевые типы:

1) Рационально - логический. Ораторы этого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков. Их подготовка к любому высказыванию отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материалов, обдумыванием и разработкой подробного плана. Этот выношенный план как бы «сидит у них внутри», и ораторы во время выступления не пользуются им. Их часто заботит другое: как сделать свою речь более яркой, эмоциональной, какие подобрать примеры, чтобы заинтересовать аудиторию. «Логиками» чаще всего бывают сангвиники.

2) Эмоционально - интуитивный. Представители этого типа говорят страстно, увлеченно, пересыпая свою речь остротами, каламбурами, но не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи и «свести концы с концами». План своих выступлений пишут не всегда, считая, что он их сковывает. Наблюдается совпадение эмоционального речевого типа с холерическим темпераментом.

		<p>3) Философский. Ораторы - «философы» более или менее эмоциональны, склонны к анализу, иногда бывают очень организованны в своей работе, а иногда без всякой видимой организации раскрывают какой-нибудь один вопрос, добираются до корня, и вдруг, как лучом света, озаряют все найденной идеей. Их общая черта - стремление к исследованию, глубокому осмыслению явлений прямо на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего данную группу составляют люди флегматического темперамента.</p> <p>4) Лирический, или художественно - образный. Глубокая эмоциональность, лиризм, внутреннее волнение, острая впечатлительность, проникновенность - черты, характерные для типа. Чаще всего в основе его - характер утонченный, меланхолический.</p>
4	Список литературы	<p>1. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил.</p> <p>2. Монжиевская В.В. Деловое общение в текстах схемах и таблицах /В.В. Монжиевская. – Иркутск:Издательство ООО «Мегапринт», 2014. – 113 с.</p> <p>3.Столяренко Л.Д. Психология общения : учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – 2 изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2017 ; 3 изд. – 2018</p>
5	Контрольные вопросы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какова структура публичного выступления ? 2. Перечислите ораторские приемы. 3. Какой наглядный материал можно использовать в публичном выступлении. 4. Какие особенности аудитории надо учитывать оратору. 5. Что надо учитывать при определении темы выступления? 6. Чем отличается выступление в однородной, немногочисленной аудитории от выступления в большой, неоднородной аудитории? 7. Нравится ли аудитории, когда ее благодарят за понимание и интеллектуальное сотрудничество? 8. Как определить, установлен контакт с аудиторией или нет? 9. Как отвечать на вопросы слушателей?
6	Глоссарий	Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию.
7	Тестовые задания	<p>1. Ораторы какого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков?</p> <p>а) рационально - логический б) эмоционально - интуитивный в) философский</p> <p>2. Какие черты отличают Лирический, или художественно – образный тип оратора?</p> <p>а) не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи б) склонны к анализу в) острая впечатлительность, проникновенность</p> <p>3. Является ли юмор ораторским приемом?</p> <p>а) да</p>

	б) нет
--	--------

№ п/п	Структурные компоненты	Содержание
1	Наименование лекции	Саморазвитие полемического мастерства
2	План лекции	1. Постановка вопросов и техника ответов на них 2. Ложные доводы 3. Тактика и техника нейтрализации замечаний собеседников
3	Содержание лекции	<p style="text-align: center;">Постановка вопросов и техника ответов на них</p> <p>Чтобы получить вразумительный ответ, надо знать технику постановки вопросов. Общеизвестна истина: кто правильно задает вопрос, тот получает правильный ответ. Таким образом, вопросы собеседников очень полезны. Они позволяют:</p> <ul style="list-style-type: none"> — направить процесс передачи информации в русло, соответствующее вашим планам и пожеланиям; — перехватить и удержать инициативу в беседе; — активизировать собеседника, чтобы от монолога перейти к гораздо более эффективному, с точки зрения передачи информации, диалогу; — собеседнику проявить себя, показать, что он знает, и самому предоставить нужную вам информацию. <p>Большинство людей по многим причинам неохотно отвечают на прямые вопросы (недостаточное знание предмета, боязнь передачи неправильных сведений, деловые ограничения, трудности в изложении). Поэтому сначала надо заинтересовать собеседника, т.е. объяснить ему, почему отвечать на ваши вопросы в его интересах. Кроме того, не мешает объяснить, почему вас интересует тот или иной факт и как вы собираетесь использовать полученную от него информацию. Необходимо помнить, что и ваш собеседник спрашивает себя: «Почему они хотят это узнать? Почему их это интересует?»</p> <p>Существует несколько групп вопросов. Югославский психолог Предраг Миич, например, выделяет следующие их типы:</p> <p>«ЗАКРЫТЫЕ» <i>вопросы</i> — это вопросы, на которые можно ответить «да» или «нет». Они ведут к созданию напряженной атмосферы беседы, поскольку резко сужают «пространство для маневра» у вашего собеседника. В постановке таких вопросов кроется опасность того, что у собеседника складывается впечатление, будто его допрашивают. Центр тяжести беседы смещается в вашу сторону, вследствие чего собеседник лишается возможности высказать свое мнение.</p> <p>Закрытые вопросы рекомендуется задавать не тогда, когда вам нужно получить информацию, а только в тех случаях, когда вы хотите ускорить получение согласия или подтверждения ранее достигнутой договоренности.</p> <p>«ОТКРЫТЫЕ» <i>вопросы</i> — это вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет» и которые требуют какого-либо объяснения. Они обычно начинаются со слов: «что», «кто», «как», «сколько», «почему», «каково ваше мнение».</p> <p>С помощью вопросов этого типа вы позволяете своему собеседнику маневрировать, а беседе перейти от монолога к диалогу. Собеседник имеет возможность без подготовки, по своему усмотрению выбрать ту информацию, которую</p>

он хочет вам сообщить. Это выводит его из состояния замкнутости и сдержанности.

Такие вопросы задают тогда, когда вам нужны дополнительные сведения или когда вы хотите выяснить реальные мотивы и позицию собеседника. Опасность заключается в том, что можно вообще потерять контроль за ходом беседы.

РИТОРИЧЕСКИЕ вопросы служат для более глубокого рассмотрения проблем. На эти вопросы не даются прямые ответы, так как их цель — вызвать новые вопросы и указать на нерешенные проблемы или обеспечить поддержку вашей позиции со стороны участников беседы путем молчаливого одобрения. Например, «Можем ли мы считать подобные явления нормальными?», «Ведь мы придерживаемся единого мнения по данному вопросу?»

«ПЕРЕЛОМНЫЕ» вопросы удерживают беседу в строго установленном направлении или поднимают новые проблемы. Они задаются в тех случаях, когда вы уже получили достаточную информацию по одной проблеме и хотите переключиться на другую или же когда вы почувствовали сопротивление собеседника и пытаетесь его преодолеть.

Если собеседник отвечает на такие вопросы, то ответы обычно позволяют выявить уязвимые места его позиции. Например: «Как вы считаете, нужно ли...», «Как в действительности у вас происходит...», «Как вы представляете себе...»

Вопросы ДЛЯ ОБДУМЫВАНИЯ вынуждают собеседника размышлять, тщательно обдумывать и комментировать то, что было сказано. Ему предоставляется возможность внести поправки в изложенную позицию. В результате создается благоприятная атмосфера на основе общего подхода к проблеме. Примеры таких вопросов: «Считаете ли вы, что...?», «Правильно ли я понял ваше сообщение (мнение) о том, что...?»

Перед тем как задавать вопросы присутствующим, нужно поставить себя на их место и задуматься над тем, что может их заинтересовать, с чем бы они согласились, а с чем нет.

В начале беседы возьмите на себя инициативу и попытайтесь создать благоприятную атмосферу с помощью закрытых вопросов. При этом следует задавать только такие вопросы, на которые обязательно получите утвердительные ответы. Этим вы облегчите себе задачу получить согласие и завоеуете доверие собеседника.

Примеры закрытых вопросов:

- «Как вы считаете, готовы ли вы...» — Вероятный ответ «да».
- «Будут ли вас интересовать...» — Вероятный ответ «да».
- «Для того, чтобы установить, целесообразно ли для вас привлекать нашу фирму, нужна некоторая информация. Могу ли я в связи с этим задать вам несколько вопросов?» — Вероятный ответ «да».

На следующем этапе, когда расширяются границы областей передачи информации и производится обмен мнениями, следует задавать преимущественно открытые вопросы.

Вслед за этим наступает этап проверки полученной информации. Здесь преобладают риторические вопросы и вопросы для обдумывания.^v

В конце беседы, намечая новое направление информирования, пользуйтесь переломными вопросами. Чего вы добиваетесь, задавая такие вопросы? Вы избегаете или существенно снижаете вероятность «беседы-ссоры». Ведь любое утверждение (особенно не подкрепленное фактами) вызывает у собеседника дух противоречия и контраргументы в закрытой или открытой форме. Если же вы своим утверждениям придадите форму вопроса, то

тем самым смягчите или нейтрализуете желание собеседника вам противоречить.

Более обстоятельную классификацию вопросов собеседников дает немецкий психолог Н. Энкельман. Приведем эту классификацию и укажем рекомендуемую этим ученым технику их постановки, исходя из того, что, задавая вопрос, вы уже определяете вид ответа.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ вопросы. Тот, кто задает информационные вопросы, нуждается в знаниях, опыте и советах другого. Речь идет о сборе сведений, которые необходимы, чтобы составить представление о чем-либо. Информационные вопросы — это всегда открытые вопросы. Это значит, что вопрос касается какого-то конкретного предмета или положения вещей, при этом отвечающий, сообщая определенные сведения, дает объяснения.

КОНТРОЛЬНЫЕ вопросы. Контрольные вопросы важно задавать во время любого разговора, чтобы выяснить, прислушивается ли еще к вам собеседник, понимает ли он вас или просто поддакивает. Наиболее простые контрольные вопросы: «Что вы об этом думаете?»; «Считаете ли вы так же, как и я?»; «Не находите ли вы, что речь идет о стоящем деле?»

По реакции собеседника вы заметите, следит ли он за вашей мыслью. Если вы при ответе на контрольный вопрос выявите неприятие или непонимание, придется вернуться немного назад.

Вопросы ДЛЯ ОРИЕНТАЦИИ. Вопросы для ориентации задаются, чтобы установить, продолжает ли собеседник придерживаться высказанного ранее мнения или прежнего намерения. Простейшие вопросы этого типа таковы: «Есть ли у вас еще вопросы по этой теме?»; «Каково ваше мнение по этому пункту?»; «И к каким выводам вы при этом пришли?»; «Поняли ли вы, какую цель мы этим преследуем?»

Разумеется, после того как вы задали вопрос для ориентации, вам нужно помолчать и позволить высказаться собеседнику. Не торопите его. Он должен сосредоточиться, разобраться в своих мыслях и высказать свое суждение. Обязательно задавайте вопрос для ориентации, если вы подробно рассказываете о сложном приборе или новых услугах, потому что после вашего пятого предложения собеседник мысленно отключается. По ответу на подобный вопрос вы сразу же уясните для себя, что понял собеседник, готов ли он согласиться с вашими аргументами.

ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ вопросы задают, чтобы выйти на взаимопонимание. Если ваш собеседник пять раз согласится с вами, то на решающий шестой вопрос он не станет давать отрицательный ответ. Англичане в этом смысле несколько предусмотрительнее других. Обычно любой разговор у них начинается с обмена мнениями о погоде. Если по этому вопросу достигнуто единодушие, то значительно легче переходить к решению следующих проблем. В любой разговор нужно вкраплять подтверждающие вопросы и всегда делать акцент на том, что связывает, а не на том, что разделяет, например: «Вы наверное тоже рады тому, что...», «Если я не ошибаюсь, вы считаете, что...»

ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЕ вопросы, как уже явствует из их названия, должны знакомить вас с мнением собеседника. Таким образом, это тоже открытые вопросы, на которые невозможно ответить односложно «да» или «нет», например: «Довольны ли вы...», «Каковы ваши цели относительно...»

ВСТРЕЧНЫЕ вопросы. Хотя в общем невежливо отвечать вопросом на вопрос, однако встречный вопрос является искусным психологическим приемом, например: «Сколько стоит этот станок?» Ответ: «А сколько их вы хотите закупить?» Вопросы подобного рода ведут к постепенному сужению разговора и подводят собеседника все ближе к тому моменту, когда он скажет окончательное «да».

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ вопросы. Эти вопросы предоставляют собеседнику возможность выбора. Число возможных вариантов, однако, не должно превышать трех. Альтернативные вопросы предполагают быстрые решения. При этом словечко «или» чаще всего является основным компонентом вопроса: «Какой день недели вас больше всего устроит: понедельник или вторник?», «Какой цвет вас интересует: желтый или красный?».

ОДНОПОЛЮСНЫЕ вопросы. Это всего лишь повторение вашего вопроса собеседником в знак того, что он понял, о чем идет речь. Он повторяет вопрос и лишь затем дает ответ. Результат такого вопроса двойной: у вас складывается впечатление, что ваш вопрос правильно понят, а отвечающий получает возможность тщательнее обдумать свой ответ.

УДОСТОВЕРЯЮЩИЕ замечания. Своим замечанием: «Это очень удачный вопрос» — вы даете понять собеседнику, что он задает умные вопросы и хорошо улавливает суть разговора. Еще одна возможность: «Я рад, что вы задаете мне именно этот вопрос». Или: «То, что вы задаете мне этот вопрос, доказывает, что...»

Если вы хотите в полной мере проявить искусство ведения беседы, то должны время от времени вставлять удостоверяющие замечания, потому что ничто так не порадует вашего собеседника, как его собственная правота.

НАПРАВЛЯЮЩИЕ вопросы. Дирижер оркестра подает знак музыканту или части оркестра, когда вступать, какую часть музыкального произведения выделить и сыграть выразительнее. Он замедляет темп, смягчает или усиливает звучание оркестра. Точно так же и вы можете взять в свои руки управление ходом беседы и направлять ее в то русло, которое вас больше устраивает. Не позволяйте собеседникам навязывать вам нежелательные направления разговора. Время идет быстро, не успеете оглянуться, как назначенное для беседы время истечет, а вы едва только начали разговор вместо того, чтобы уже подводить его итоги.

ПРОВОКАЦИОННЫЕ вопросы. Провоцировать означает бросать вызов, подстрекать. Кто задает провокационный вопрос, должен осознать, что это подстрекательство. Между тем такие вопросы тоже необходимо использовать в разговоре, чтобы установить, чего в действительности хочет ваш партнер и верно ли он понимает положение дел. Примеры: «Вы действительно считаете, что ваш станок в последующие три года будет еще конкурентоспособен?»; «Вы уверены, что сможете еще длительное время продавать это изделие по такой цене?»

Вопросы, ОТКРЫВАЮЩИЕ переговоры, доклады (вступительные). Искусно поставленный вопрос является хорошим стартом. У партнеров по переговорам или слушателей сразу появляется заинтересованность, возникает состояние положительного ожидания.

Примеры: «Если бы я смог вам предложить решение повседневной производственной проблемы, нашли бы вы для меня семь минут?»; «На вашем предприятии ежедневно наблюдаются простои... Вы позволите мне предложить решение этой проблемы?»; «Вам приходится много трудиться, чтобы заработать на жизнь и кроме того позаботиться о спокойной старости. Если я предложу вам два способа, с помощью которых можно из ваших денег сделать больше денег, ничем при этом не рискуя, заинтересовало бы вас это?»

ЗАКЛЮЧАЮЩИЕ вопросы. Цель заключающих вопросов — завершить разговор. Лучше всего сначала задать один-два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой и по возможности одобрительным кивком головы: «Смогли я убедить вас, в чем выгода этого станка для вашего предприятия?»; «Убедились ли вы, насколько прост прибор в эксплуатации?»; «Заметили ли вы как специалист, насколько аппаратура сочетается с обстановкой в помещении?»

А затем без дополнительного перехода можно задать заключающий вопрос.
Примеры: «Какой срок монтажа вас устраивает больше — 15 ноября или 15 декабря?»; «Какой костюм вам упаковать — зеленый или с рисунком?»
В заключение укажем технику ответов на вопросы собеседников. Суть такой техники можно свести к нескольким принципиально важным правилам. Вот эти правила.

1. На сложные проблемные вопросы отвечайте, если имеете продуманный вариант решения этой проблемы. Если такого варианта нет, то лучше не импровизировать, ибо при этом очень легко попасть впросак.
2. Если спрашивающий использует в своем вопросе негативные, некорректные слова или предложения, то не надо при ответе их повторять.
3. На провокационные вопросы лучше не отвечать. Лучше перевести разговор на самого спрашивающего или на характер вопроса.
4. Чем эмоциональнее вопрос, тем короче должен быть ответ, э. Чем больше спрашивающий переполнен эмоциями, тем спокойнее и хладнокровнее надо ему отвечать.

Ложные доводы

Во время делового и межличностного общения, а также в политической и коммерческой рекламе возможно использование ложных доводов — заведомо неубедительных рассуждений с целью убедить кого-либо. Каждый из них содержит неприемлемые или противоречивые послылы или послылы, не связанные с заключением, или используется мнение не вызывающих доверие специалистов, или отсутствует важная информация и т.п.

Психолог Д. Халперн выделила двадцать один наиболее распространенный ложный довод:

Влияние ассоциаций

Один из самых старых принципов психологии заключается в том, что если два события происходят близко друг к другу во времени и/или пространстве, то в человеческом сознании между ними формируется связь. Поэтому когда происходит одно из этих событий, человек начинает ожидать, что произойдет и второе. Этот принцип широко используется в области политики, особенно для создания эффекта ассоциированной вины.

Таким образом, следует очень внимательно относиться к сообщениям, основанным на ассоциациях. В случае же выявления данного ложного довода следует проанализировать и остальную часть сообщения, так как она может быть основана на обращении к эмоциональному, а не рациональному фону личности.

Доводы против личности

Это термин, принятый для обозначения «называния своими именами». С помощью такой формы убеждения или пропаганды можно выступать против людей, поддерживающих какое-либо дело, а не против самого дела. В данном случае ассоциация формируется между идеей и человеком. Ложный довод основан на том, что вам не нравится человек, а не само дело.

Упор на жалость

Его очень легко выделить в предлагаемой вам посылке: «Сделайте то-то, так как мы нуждаемся в вашей помощи». Подобные послылки могут часто использоваться в суде стороной защиты. При этом не обсуждается вопрос о реальной вине или невиновности подозреваемого, а говорится, какая у него была тяжелая жизнь, как она

его кидала, как прискорбно сложились обстоятельства. В обыденной жизни такой тип аргументации замечательно используется людьми с экстернальным типом контроля.

Популярность и рекомендации

Известно под названием bandwagon — мода, повальное увлечение и базируется на человеческой потребности в конформизме. Он убеждает поддержать какую-либо позицию или купить определенный товар, потому что так поступают все. Ожидается, что люди, для которых предназначено сообщение, примут определенные убеждения или купят товар, чтобы ощутить свою принадлежность к упомянутым в сообщении группам. Неявно подразумевается, что «если так делают все, это должно быть правильно». Вариантом этого метода является использование рекомендаций. Ложный довод усугубляется, когда рекомендации даже не касаются той области, в которой популярная личность обладает компетентностью. В последнем случае ложный довод пересекается с «обращением к авторитетам», о котором будет сказано ниже.

Ложная дихотомия

Так «иногда называют упрощение проблемы или черно-белые ложные доводы, когда читателя просят выбрать одну из двух позиций, не предлагая ему других вариантов или «серых областей», в которых сочетались бы разные аспекты каждого из вариантов».

Главная ошибка человека, который столкнулся с подобной ситуацией, заключается в том, что он начинает выбирать «из предложенного», ограничивая, таким образом, собственное поле рассмотрения данной проблемы.

Обращение к гордости или тщеславию

В данном случае используется опора на похвалу или лесть. И хотя сама по себе лесть может и не являться «злым умыслом», такой способ может использоваться для того, чтобы запутать проблему.

Подтасовка или сокрытие информации

Это метод убеждения путем умолчания об информации, свидетельствующей в пользу нежелательной позиции.

Порочный круг

При этом типе рассуждений посылка является по-другому сформулированным заключением. Если построить структурную схему аргументации такого типа, у вас получится круг, поскольку поддержкой заключения служит переформулированное заключение. Например: «Необходимо повысить допустимую скорость движения, потому что существующий предел скорости — слишком низкий».

Нерелевантные доводы

По-латыни этот тип ложных доводов называется non sequitur, что в переводе означает «Это не следует». Другими словами, довод или посылка не связаны с заключением.

Важнейшим критерием убедительности аргумента или рекомендации является наличие посылок, связанных с заключением. «Необходимо ли студентам дополнительно изучать иностранные языки?» — «Да, так как это повысит уровень их образования».

«Под уклон» или континуум

Одним из доводов против принятия судебных постановлений об объединении школ для негров и белых

было то, что если мы допустим, чтобы суд решал, какие школы будут посещать наши дети, то суд начнет указывать также, кого нам пускать в церковь, кого приглашать в гости и даже на ком жениться. В этом примере действие (объединение школ для негров и белых по постановлению суда) стоит в одном континууме (непрерывном ряду) с такой крайностью, как женитьба по указке суда. Аргументация состоит в том, что если мы отдадим в юрисдикцию суда события, стоящие на одном конце этого континуума, то и над другими событиями, входящими в него, суд приобретет власть. Поэтому данный ложный довод называют или «под уклон» (начав движение под уклон, трудно или даже невозможно остановиться), или континуум.

Большинство жизненных событий можно расположить в виде ряда. Но отсюда вовсе не следует, что действия, касающиеся какой-то части этого ряда, будут применимы также и к другим. Этот ложный довод имеет еще одно, более красочное название — «верблюд засунул нос в палатку», которое намекает на то, что если мы позволим верблюду засунуть нос в палатку, то скоро за носом последует и весь верблюд

«Соломенное чучело»

Соломенное чучело неустойчиво и его легко опрокинуть. Так называется метод, когда умозаключение оппонента представляют в самой слабой форме, а затем легко его опровергают. При этом оппонент, выступающий против определенного заключения, искажает доводы в пользу этого заключения и заменяет их значительно более слабыми.

«Часть — целое»

Ложные доводы типа «часть — целое» являются обратной стороной той же ошибки. При использовании такого ложного довода оратор (или автор письменного текста) предполагает, что суждения, верные для целого, верны также и для всех его частей, а суждения, верные для частей, верны также и для целого.

Использование незнания

Особенностью использования незнания является то, что этим способом часто можно поддерживать два или более совершенно различных заключения. Это должно служить для вас признаком того, что приведенные доводы ошибочны. При использовании незнания посылки содержат нечто, нам неизвестное. Наше незнание используется для того, чтобы доказать, что заключение неверно, поскольку нет доводов в его поддержку. Наше незнание вопроса может быть также использовано и для поддержки заключения путем утверждения, что оно верно потому, что нет данных, свидетельствующих против него.

Слабые и неподходящие аналогии

Использование аналогий — один из основных навыков мышления. Мы обращаемся к аналогиям, когда сталкиваемся с чем-то новым и стараемся разобраться в нем на основе того, что нам уже известно. Несмотря на то, что аналогии — это чрезвычайно полезный инструмент для понимания, их можно использовать неправильно. Два объекта или события являются аналогичными, если у них есть определенные общие свойства. Когда мы рассуждаем с помощью аналогий, то заключаем, что суждения, верные для одного объекта или события, верны и для другого

Обращение к авторитетам

Ложный довод состоит не в самом факте обращения к источнику, а в обращении к источнику, который является ненадежным. Таким образом, нужно уметь определить границы компетентности того или иного авторитета. Примером может послужить обращение к знаменитому эстраднему исполнителю по вопросу того или иного законопроекта.

Неполные сравнения

В неполных сравнениях часто используются оценочные выражения типа «лучше», «безопаснее» и, конечно, «чище». Это особый случай рассмотрения недостающих компонентов умозаключения. Что такое «лучше»? Как его измерить? Кто измерял? По сравнению с чем? В подобных утверждениях отсутствует вторая часть, тот компонент, с которым необходимо сравнивать.

Знание того, чего нельзя узнать

«Нам необходимо увеличить численность полиции, поскольку резко выросла численность незарегистрированных изнасилований», «На данный момент зафиксировано 150 000 наркоманов, однако реальная цифра — 1 000 000». Нет способа, которым мы можем узнать то, чего узнать нельзя.

Ложная причина

Он (ложный довод) имеет место тогда, когда кто-либо утверждает, что из-за того, что два события происходят одновременно или следуют одно за другим, одно из них является причиной другого. Конечно, существует возможность, что одна переменная является причиной появления другой, но для обоснования причинно-следственной связи недостаточно лишь одновременности наступления событий.

«Одновременно с увеличением количества церквей в городе увеличивается и количество проституток». Однако по мере увеличения городов возрастает не только количество церквей и проституток, но и школ, магазинов и т. д. Этот ложный довод основан на особенностях и феноменах восприятия, которые будут рассмотрены отдельно.

Снижение

Идет снижение статуса авторитетности оппонента, часто за счет унижения, обращения к эмоциям. «Только глупец будет поддерживать данного кандидата», «Ни один патриот нашей страны не будет возражать». Таким образом, поддерживая данную точку зрения, вы автоматически попадаете в разряд дураков, людей, лишенных патриотических чувств или ума.

Обращение к традициям

«Мы всегда так делали». Всякий, кто пытался изменить какие-либо правила, слышал эту фразу или ее вариант: «Не пытайся починить то, что еще не сломалось». При обращении к традиции используется несформулированное предположение о том, что то, что уже существует, является лучшим. Возможно, существующая система действительно лучше, чем предлагаемые изменения, но может также оказаться, что это не так. Из того факта, что «мы всегда так делали», вовсе не следует, что это хороший или лучший способ достижения цели. Одним из качеств человека, мыслящего критически... является гибкость. При обращении к традиции отрицается возможность существования более совершенного метода.

Иногда имеет место утверждение, что «новое, конечно, лучше, а может быть, и нет».

Ложные обвинения в ложных доводах

Это ложный довод! Создается впечатление, что некоторые люди, научившись распознавать ошибочные рассуждения, сразу же называют ложными доводами все, что говорят другие (Levi, 1991). Но далеко не все рассуждения являются ложными доводами. Смысл критического мышления в том, чтобы развить определенный скептицизм, сохранив при этом дружелюбное отношение к окружающим, а вовсе не сформировать циничное убеждение, что все всегда лгут. Знать, когда можно считать суждения приемлемыми, также важно, как знать, когда и что следует подвергнуть сомнению.

Тактика и техника нейтрализации замечаний собеседников

Как вы относитесь к замечаниям? Мешают ли они вам в достижении договоренности в беседе или не мешают? Видимо, не мешают, ибо человек без замечаний — это человек без собственного мнения. Замечания собеседника означают, что он вас активно слушает, следит за вашим выступлением, тщательно проверяет вашу аргументацию и все обдумывает. Поэтому замечания и доводы собеседника не следует воспринимать как препятствия в ходе беседы, наоборот, они облегчают беседу, так как указывают:

— начал ли вообще ваш собеседник интересоваться темой;

— в каких положениях его еще предстоит убедить;

— что думает собеседник о сущности дела.

Югославский психолог Предраг Миич выделяет следующие разновидности замечаний. Опишем их в соответствии с его классификацией и рекомендациями этого ученого по их нейтрализации.

НЕВЫСКАЗАННЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ - это такие замечания, которые собеседник не успевает, не хочет или не смеет высказывать, поэтому вы должны сами их выявить и нейтрализовать.

Ситуация: собеседник не произнес ни слова, но заметно, что он выражает сомнение и недовольство.

Причина: молчаливость или недоверие к вам, а часто невозможность сделать замечание из-за вас самих.

Поведение: обуздать свою разговорчивость и перейти к диалогу с собеседником с помощью «открытых вопросов», например: «Что вы думаете об этом?», «Какой подход, по вашему мнению, лучше?», «Какие возможности для устранения этого вы видите?»

ОТГОВОРКИ по своей сущности не являются настоящими замечаниями.

Ситуация: по смыслу высказанное не соответствует предшествующей аргументации. Это может быть маневром или нежеланием продолжать беседу. Часто это является сигналом того, что вы еще не добились контакта с собеседником, поэтому тема его еще не заинтересовала.

Причина: слишком быстрый переход к аргументации. Причиной может быть и нерешительность вашего собеседника.

Поведение: принять замечание к сведению и больше по его поводу не дискутировать.

ПРЕДУБЕЖДЕНИЯ относятся к причинам, вызывающим неприятные замечания, особенно в том случае, если точка зрения собеседника полностью ошибочна. Тогда никакие контрдоказательства не помогут, так как его позиция имеет под собой эмоциональную почву, и, следовательно, логические аргументы здесь бесполезны.

Ситуация: собеседник пользуется «агрессивной» аргументацией, выдвигает особые требования или видит только

отрицательные стороны предмета беседы (он пессимист).

Причина: неверный подход с вашей стороны, антипатия к вам, ошибочно составленная аргументация, неприятные впечатления.

Поведение: разграничение предубеждений и субъективных замечаний, выяснение мотивов и точки зрения собеседника, «наведение мостов» с подготовкой отступления.

ИРОНИЧНЫЕ (ЕХИДНЫЕ) ЗАМЕЧАНИЯ являются следствием плохого настроения собеседника, а иногда и его желания проверить вашу выдержку и терпение.

Ситуация: непрочная связь с предшествующим ходом беседы. Замечания носят вызывающий и даже оскорбительный характер.

Причина: недовольство вашим поведением, плохое настроение или «спортивное» изучение ваших возможностей.

Поведение: проверить, сделано ли замечание всерьез или оно имеет характер «спортивного» вызова. В любом случае нельзя идти на поводу. Реакция может быть остроумной или вообще никак не проявиться — замечание можно пропустить мимо ушей.

СТРЕМЛЕНИЕ К ПОЛУЧЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ. Замечание, указывающее на это, является доказательством заинтересованности вашего собеседника и наличия недостатков в передаче информации.

Ситуация: собеседник явно хочет получить дополнительную информацию, вероятно, ему не все ясно.

Причина: неясность вашей аргументации и, возможно, неуверенное поведение. Кроме того, часто собеседник хочет получить дополнительную информацию для своего руководства или же он прослушал какие-то детали.

Поведение: дать спокойный и уверенный ответ и попытаться разобраться вместе с ним в том, что ему пока не ясно.

ЖЕЛАНИЕ ПРОЯВИТЬ СЕБЯ. Многие замечания можно объяснить стремлением собеседника высказать собственное мнение. Он хочет показать, что не поддался вашему влиянию или что в данном вопросе он максимально беспристрастен.

Ситуация: собеседник выступает с неделовыми замечаниями, цель которых лишь высказать собственное мнение и подчеркнуть необходимость его вмешательства.

Причина: замечания собеседника вызваны слишком сильной аргументацией с вашей стороны. Виноват в этом, возможно, ваш излишне самоуверенный тон.

Поведение: не создавать впечатление, что все выводы исходят от вас и вы держите все нити в своих руках. Нужно, чтобы собеседник нашел известное подтверждение своих идей и мнений. Примеры: «Соответствует ли это вашему мнению?», «Что подсказывает вам опыт решения таких вопросов?»

ЗАМЕЧАНИЯ СУБЪЕКТИВНОГО ХАРАКТЕРА. В любой среде есть люди, которые уверены, что их проблемы уникальны и что их дела нельзя сравнивать с делами других людей, одним словом, они занимаются чем-то исключительным.

Ситуация: типичная формулировка вашего собеседника в данном случае: «Все это прекрасно, но мне это не подходит».

Причина: ваша информация малоубедительна. Недостаточно внимания уделяете личности собеседника. Он не доверяет вашим источникам информации, а потому не ценит и приводимые вами факты.

Поведение: постарайтесь поставить себя на место собеседника, принять во внимание его проблемы. Нужно больше

внимания уделять преимуществам и возможностям предлагаемых решений.

ОБЪЕКТИВНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ — это замечания, которые собеседник высказывает для того, чтобы развеять свои сомнения, и на которые он вполне искренне, без всяких уловок, хочет получить ответ, чтобы выработать собственное мнение.

Ситуация: собеседник не согласен с предложенным решением, он не принял вашего объяснения по поводу его преимущества.

Причина: у собеседника другой подход к решению проблемы, и он не согласен с вашим вариантом.

Поведение: не противоречить собеседнику в открытую, довести до его сведения, что вы учитываете его взгляды, а потом объяснить, какие преимущества дает ему ваше решение. Пример: «Мы понимаем ваш подход к проблеме. Поэтому давайте еще раз вместе с вами рассмотрим этот вопрос».

ОБЩЕЕ СОПРОТИВЛЕНИЕ. Эти замечания возникают у собеседника, как правило, в начале беседы, поэтому они не являются конкретными. Попытаться разобраться в них — значит свернуть с дороги.

Ситуация: замечания собеседников неясны, они имеют общий характер.

Причина: собеседник еще не познакомился с вашей аргументацией, а тема беседы четко не определена. Если фронтальное сопротивление будет возрастать, то это означает, что тема или тактика вами выбрана неверно.

Поведение: четко определить тему беседы и начать аргументацию. Если сопротивление растет, нужно пересмотреть тактику в отношении собеседника, а в крайнем случае изменить и тему беседы. Пример: «Я предлагаю сначала выявить тему беседы и ознакомить вас в нашими аргументами. Это позволит вам и нам более точно определить предмет беседы и привести его в соответствие с вашими требованиями».

ПОСЛЕДНЯЯ ПОПЫТКА. Эти замечания собеседник делает очень редко всерьез. Перед окончанием беседы его охватывает неприятное «ощущение конца». Он уже начинает размышлять о трудностях и препятствиях, связанных с реализацией принятого решения, у него возникает страх из-за преждевременности принятых мер.

Ситуация: эти замечания являются лишь слегка измененным вариантом тех, которые собеседник высказывал ранее и на которые он уже получил ответ. Это сигнал к завершению беседы и принятию окончательного решения.

Причина: эти замечания — симптом последней, часто тщетной попытки собеседника отсрочить принятие решения. Эта попытка скорее делается для очистки и успокоения совести.

Поведение: вместо того чтобы прямо отвечать на подобные замечания, целесообразно привлечь еще один косвенный аргумент в пользу предложенного решения и после этого быстро перейти к его принятию. Существует конкретная **ТЕХНИКА НЕЙТРАЛИЗАЦИИ ЗАМЕЧАНИЙ** собеседника, которая существенно снижает их негативное воздействие. Рассмотрим ее важнейшие приемы.

ССЫЛКИ НА АВТОРИТЕТЫ. Оценка, которой собеседник доверяет более всего, это его собственная оценка. Тот, кому он после себя больше всего доверяет, это некто третий, кто для него является авторитетом. Тот, кому он верит меньше всего, это, к сожалению, вы сами. Поэтому одним из лучших методов нейтрализации (опровержения) замечаний являются ссылки на чужой опыт и высказывания.

Прежде чем приступить к описанию того, что сделано, например, в другой фирме, очень полезно заранее с помощью наводящих вопросов выяснить, кого бы ваш собеседник воспринял в качестве авторитетного свидетеля. При этом следует указать ему, где и как он может проверить ваши источники и данные.

«СЖАТИЕ» НЕСКОЛЬКИХ ЗАМЕЧАНИЙ. Воздействие нескольких замечаний и возражений существенно снижается, если на них отвечать «одним махом», т.е. одной фразой, сконцентрировав в ней все существенное и избегая бесконечных дискуссий.

ОДОБРЕНИЕ + УНИЧТОЖЕНИЕ. Этот метод применяется против объективных и корректных замечаний, которые вы сначала принимаете, а потом нейтрализуете, повторно разясняя собеседнику значение, преимущества и особенности предложенного вами решения. Пример: «Вы совершенно правы. Это имеет ряд недостатков. Но, с другой стороны, здесь есть и свои преимущества, а именно...»

ПЕРЕФРАЗИРОВАНИЕ. Этот метод основан на повторении и одновременном смягчении замечания собеседника.

УСЛОВНОЕ СОГЛАСИЕ. Этот метод заключается в том, что вы сначала признаете правоту собеседника (часто с незначительными замечаниями), а потом постепенно перетягиваете его на вашу сторону. Это дает возможность удержать контакт с собеседником даже тогда, когда на первый взгляд положительный результат беседы не имеет перспектив.

«ЭЛАСТИЧНАЯ ОБОРОНА» применяется в тех случаях, когда ваш собеседник засыпает вас замечаниями и возражениями в недовольном тоне. В такой ситуации лучше не отвечать на замечания, а следить за тем, чтобы не оборвалась нить беседы. Когда впоследствии собеседник вернется к своим замечаниям, а это произойдет обязательно, они уже утратят актуальность.

ПРИНЯТИЕ ЗАМЕЧАНИЯ. Это в основном относится к субъективным замечаниям, на которые очень трудно отвечать. Лучше отказать собеседнику в ответе и просто принять его замечание, если оно не оказывает существенного влияния на суть беседы.

СРАВНЕНИЕ. Часто бывает, что замечание легче всего нейтрализовать с помощью сравнений, вместо того чтобы прямо отвечать на него. Сравнения могут приводиться из области, которую ваш собеседник знает и из которой он может привести примеры из собственного опыта.

МЕТОД ОПРОСА. Этот метод максимально ограждает от риска оказаться в атмосфере неприятной дискуссии. Он основан на том, что вы не отвечаете собеседнику на его замечания, а сами его спрашиваете, причем строите вопросы так, что он сам отвечает на свои замечания. Недостаток метода — его обширность.

МЕТОД «ДА — НО» заключается в том, что вы до определенного момента соглашаетесь с собеседником для того, чтобы у него пропало желание противоречить вам, и готовите его к контраргументации. Пример: «Вы совершенно правы. Но учли ли вы, что...»

Со временем из-за частого употребления значение союза «но» может несколько обесцениться. Кроме того, союз «но» в некоторой степени действует как предостерегающий сигнал. Поэтому вышеприведенный пример можно немного изменить, убрав злополучное «но»: «Вы совершенно правы. Учли ли вы, что...»

ЗАЩИТНАЯ МЕРА упрощенно означает, что вы строите свое выступление таким образом, что у собеседника вообще не возникает замечаний, поскольку вы не даете ему для этого повода.

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ. Неприятное замечание, которое наверняка последует от вашего собеседника, можно смягчить, если включить его в свое выступление. Этим вы одновременно определяете и момент ответа, а это, несомненно, преимущество.

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО БЕССМЫСЛЕННОСТИ. Если все ваши ответы на замечания собеседника указывают на его

несостоятельность, вы можете подтолкнуть собеседника к тому, чтобы он признал бессмысленность своего замечания. Но это нужно делать очень тактично и только тогда, когда действительно необходимо, придерживаясь народной мудрости: «По Сеньке и шапка».

ОТСРОЧКА. Практика показывает, что замечание утрачивает свое значение по мере удаления беседы от того момента, когда оно было высказано. Но наряду с этим можно обращаться к собеседнику сразу же после высказанного замечания. Пример: «Позвольте вернуться к этому вопросу позднее. В таком-то месте мы снова затронем эту проблему. Согласны ли вы с этим предложением?»

Этот метод применяется только тогда, когда сделанное замечание мешает дальнейшему ведению беседы или же полностью ее блокирует.

Теперь постараемся дать ответ на два наиболее важных вопроса: как лучше всего высказывать свои замечания собеседнику и когда отвечать на его замечания.

Начнем с того, как высказывать замечания собеседнику. **ОБЩИЙ ПОДХОД К НЕЙТРАЛИЗАЦИИ ЗАМЕЧАНИЙ** можно сформулировать в нескольких пунктах.

ЛОКАЛИЗАЦИЯ. Для успешной локализации замечаний нужно прежде всего ответить себе на следующие вопросы: «Что за этим кроется?» и «Какое значение имеет сделанное замечание для вашего собеседника?»

Тон ответа всегда должен быть спокойным и дружеским, даже если замечания носят язвительный или иронический характер. Раздражительный тон существенно затруднит задачу убедить вашего собеседника. Нетрадиционный подход, доброжелательность, ясные и убедительные интонации особенно важны при нейтрализации сложных замечаний и возражений.

ДИПЛОМАТИЧНОЕ ВОЗРАЖЕНИЕ. Никогда не следует возражать открыто и грубо, даже если собеседник ведет себя некорректно. Если вы будете противоречить, то наверняка не убедите его, а лишь заведете вашу беседу в тупик. Поэтому не следует употреблять следующие выражения: «В данном случае вы совершенно неправы!», «Все как раз наоборот!», «Это не имеет под собой никакой почвы!»

УВАЖЕНИЕ. К позиции и мнению собеседника нужно относиться с уважением, даже если они ошибочны или для вас неприемлемы. Ничто так не затрудняет беседу, как пренебрежительное и высокомерное отношение к собеседнику.

ПРИЗНАНИЕ ПРАВОТЫ. Если вы заметили, что замечания и возражения собеседника являются лишь стремлением подчеркнуть свой престиж, то очень выгодно почаще признавать правоту собеседника. Например: «Это интересный подход к проблеме, который я, честно говоря, упустил из виду. Конечно же, при принятии решения мы его обязательно учтем!» После молчаливого согласия собеседника беседу следует продолжить по намеченному плану.

СДЕРЖАННОСТЬ В ЛИЧНЫХ ОЦЕНКАХ. Следует избегать личных оценок. Например: «Будь я на вашем месте...», «Моя фирма считает, что... но лично я думаю...» Особенно это относится к тем случаям, когда подобной оценки явно не требуется или когда собеседник не считает вас своим советчиком или признанным специалистом.

ЛАКОНИЧНОСТЬ ОТВЕТА. Чем более сжато, по-деловому вы ответите на замечание, тем это будет более убедительно. В пространственных ответах всегда сквозит неуверенность. Поэтому чем более многословен ваш ответ, тем больше опасность быть непонятым вашим собеседником.

КОНТРОЛИРОВАНИЕ РЕАКЦИЙ. При нейтрализации замечаний очень полезно проверять реакцию собеседника.

Легче всего это сделать с помощью промежуточных вопросов. Спокойно спросите собеседника, доволен ли он ответом. Если нет, то предложите ему заняться этой проблемой в процессе беседы.

НЕДОПУЩЕНИЕ ПРЕВОСХОДСТВА. Если вы будете успешно парировать каждое замечание, то постепенно у вашего собеседника сложится мнение, что он сидит перед умудренным опытом «профессором», против которого у него нет никаких шансов. В связи с этим:

- не следует парировать каждое его возражение;
- нужно показать, что и вам не чужды человеческие слабости;
- особенно важно избегать немедленного ответа на каждое замечание, потому что этим вы косвенно недооцениваете собеседника: то, над чем он думал в течение многих дней, вы решаете за несколько минут.

ПОДГОТОВКА К НЕЙТРАЛИЗАЦИИ ЗАМЕЧАНИЙ Следует как можно лучше ознакомиться с темой и содержанием беседы, заранее как можно больше узнать о своем собеседнике, его привычках, подготовиться к возможным замечаниям и возражениям.

Теперь рассмотрим, какой момент для нейтрализации замечаний и возражений является наиболее благоприятным. При ответе на вопрос, когда следует отвечать на сделанные замечания, можно предложить следующие варианты:

- до того, как замечание высказано;
- сразу после того, как оно было сделано;
- позднее;
- никогда.

«ДО». Если известно, что собеседник рано или поздно сделает определенное замечание, рекомендуется самим обратить на него внимание и заранее, не дожидаясь реакции собеседника, ответить на него. В этом случае вы получаете следующие преимущества:

- избежите противоречий с собеседником и тем самым уменьшите степень риска ссоры в беседе;
- получите возможность сами выбирать формулировку замечания оппонента и таким образом снизить его смысловую нагрузку;
- у вас будет возможность выбрать наиболее подходящий момент для ответа и обеспечить себе тем самым время для его обдумывания;
- укрепится доверие между вами и вашим собеседником, так как он увидит, что вы не пытаетесь обвести его вокруг пальца, а наоборот, ясно излагаете все «за» и «против».

«СРАЗУ». Это наиболее удачный вариант ответа, и его нужно использовать во всех нормальных ситуациях.

«ПОЗЖЕ». Если нет желания прямо противоречить собеседнику, то ответ на его замечание лучше отложить до более удобного с тактической и психологической точки зрения момента.

Часто бывает, что за счет отсрочки может вообще исчезнуть необходимость отвечать на замечание: ответ возникнет сам по себе после определенного времени.

«НИКОГДА». Враждебные замечания, а также замечания, которые представляют собой существенную помеху в беседе (особенно в ее начале), следует по возможности полностью игнорировать. То же самое относится к замечаниям, не затрагивающим сути деловой беседы, а также к тем случаям, когда можно без ущерба признать правоту собеседника.

		<p>Отводы замечаний и возражений собеседника всегда чреваты различного рода конфликтами, поэтому в этих случаях необходимы максимальная тактичность и деликатность. Существуют правила «хорошего тона», которые применяются при отводе возражений и помогают с наименьшими морально-психологическими издержками решать задачи. Рассмотрим эти правила.</p> <p>Собеседник не всегда прав, но часто вам выгодно признать его правоту, особенно в мелочах.</p> <p>Замечания и возражения — естественные явления в любой беседе, поэтому не следует чувствовать себя обвиняемым, который должен защищаться.</p> <p>Нужно всегда стараться смотреть на замечания собеседника с его точки зрения, т. е. субъективно. Объективной причиной замечаний часто может быть какая-нибудь мелочь.</p> <p>В момент высказывания замечания собеседник редко остается спокойным. Ожидая вашу реакцию, он становится очень чувствительным к любому знаку вашего недоверия или невнимания. В таких ситуациях вы должны полностью контролировать свое поведение, чтобы не подливать масла в огонь.</p> <p>Замечания, причиной которых является «комплекс неполноценности», переживаемый вашим собеседником, требуют особого внимания и большой осторожности, так как в случае оскорбления его как личности дело может дойти до скандала.</p> <p>Не нужно делать выводов о неискренности вашего собеседника до тех пор, пока действительно не будет доказано, что он говорит неправду.</p> <p>Можно привести собеседника в хорошее расположение духа, пойдя на некоторые уступки, но нужно определить границы уступок, прежде чем на них решиться.</p> <p>Любое несогласие с замечаниями нужно исчерпывающе разъяснить собеседнику, так как корректное опровержение замечания может увеличить ваши шансы на успех.</p> <p>При эмоциональной реакции собеседника следует знать, что с возбужденным и взволнованным человеком вряд ли можно разговаривать по-деловому.</p> <p>Собеседник всегда должен чувствовать, что вы относитесь к его замечаниям серьезно и тщательно их рассмотрели, прежде чем дали окончательный ответ.</p> <p>Следует помочь собеседнику высказать свои замечания и возражения, попытаться выяснить причины его невысказанного недовольства или волнения.</p>
4	Список литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил. 2. Монжиевская В.В. Деловое общение в текстах схемах и таблицах /В.В. Монжиевская. – Иркутск:Издательство ООО «Мегапринт», 2014. – 113 с. 3.Столяренко Л.Д. Психология общения : учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – 2 изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2017 ; 3 изд. – 2018
5	Контрольные вопросы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Для достижения каких целей необходимо использовать вопросы открытого и закрытого типа в деловой беседе? 2. Раскройте сущность каждой формы вопросов (закрытые, открытые, альтернативные, и др.), задаваемых в ходе беседы. 3. Охарактеризуйте ложные доводы.

		4. Назовите приемы нейтрализации замечаний собеседников.
6	Глоссарий	Ложные доводы — заведомо неубедительные рассуждения с целью убедить кого-либо.
7	Тестовые задания	<p>1. Какую цель преследуют риторические вопросы? А) для более глубокого рассмотрения проблем Б) удерживают беседу в строго установленном направлении В) вынуждают собеседника размышлять</p> <p>2. Для чего задают подтверждающие вопросы? А) поднимают новые проблемы Б) чтобы выйти на взаимопонимание В) позволяете своему собеседнику маневрировать</p> <p>3. Какой вопрос надо задать, чтобы составить представление о чем-либо? А) подтверждающий Б) информационный В) риторический</p> <p>4. К какому типу относится вопрос: « Вас записать на прием на 21 или 23 марта?» А) провокационный Б) контрольный В) альтернативный</p> <p>5. Какие в деловой беседе предпочтительней задавать вопросы открытые или закрытые? А) открытые Б) закрытые</p>

№ п/п	Структурные компоненты	Содержание
1	Наименование лекции	Подготовка и проведение деловых бесед
2	План лекции	1. Определение деловой беседы. 2. Принципы ведения деловой беседы. 3. Подготовка и проведение деловой беседы. 4. Условия результативной беседы.
3	Содержание лекции	<p>Деловая беседа- это разговор между двумя собеседниками, направленный на решение задач профессиональной деятельности.</p> <p>Преимущества по сравнению с другими видами речевой коммуникации: быстротой реагирования на высказывания собеседников, способствующей достижению целей; повышением компетентности руководителя благодаря учету,</p>

критической проверке и оценке мнений, предложений, идей, возражений и критических замечаний, высказанных в беседе; возможностью более гибкого, дифференцированного подхода к предмету обсуждения и понимания контекста проведения беседы, а также целей каждой из сторон.

Беседа не монолог, а диалог, поэтому необходимо формулировать вопросы, определения, оценки, чтобы они прямо или косвенно приглашали собеседника высказать свое отношение к изложенному мнению. Благодаря эффекту обратной связи, беседа позволяет руководителю реагировать на высказывания партнера в соответствии с конкретной ситуацией, т.е. с учетом цели, предмета и интересов партнеров.

Принципы ведения деловой беседы:

- сознательной настройки на уровень собеседника, учета содержания выполняемых им задач, его полномочий и сферы ответственности, жизненного и трудового опыта, интересов, особенностей его мышления и речи;
- действительное стремление понять точку зрения собеседника, заинтересованность в перспективах ваших взаимоотношений;
- рациональной организации процесса беседы;
- простоты, образности, четкости языка как условия доходчивости информации, следовательно, ориентации на собеседника.

Процесс подготовки беседы. Руководитель должен заранее ответить на вопросы о смысле, цели, результатах, средствах и методах решения проблемы, стремясь к тому, чтобы в ходе беседы подчиненный принял позицию руководства. Для этого следует: 1. Получить необходимые сведения о сотруднике и его работе. 2. Построить беседу, соблюдая следующую очередность в сообщении информации: сообщение, содержащее положительную информацию о деятельности сотрудника; сообщение критического характера; сообщение похвально-поучительного характера. 3. Быть конкретным и избегать неясностей (оборотов типа "Вы сделали не то, что нужно", "Вы не выполнили задания" и т.п.). 4. Критиковать выполнение задания, а не личность.

При проведении беседы важно выяснить: Не является ли возникшая проблема средством привлечения внимания? Не вызваны ли нарушения личными затруднениями? Не связана ли проблема с недостатком квалификации, помощи, обучения? Может быть, работнику нужна большая самостоятельность? Или дело в том, что он не приемлет стиль руководства?

Структурная организация беседы. Проведение беседы предполагает наличие ряда обязательных этапов: подготовительный этап; начало беседы; обсуждение проблемы; принятие решения; завершение беседы.

Выбор места проведения беседы (рекомендации). В своем кабинете вы будете чувствовать себя увереннее, если инициатива разговора исходит от вас. В кабинете своего собеседника вам будет легче решать вопросы, по которым вы занимаете объективно более выгодную позицию. Если необходимо выработать совместное решение, программу

совместных действий, имеет смысл назначить встречу "на нейтральной территории", где ни одна из сторон не будет иметь преимуществ.

Подготовка к предстоящей беседе. Необходимо избежать двух крайностей: излишней уверенности в своем умении без подготовки провести эффективный разговор; стремления продумать все этапы будущей встречи, вплоть до использования пауз и жестов.

Начало беседы. Задачи, которые решаются в начале беседы, связаны прежде всего с: установлением контакта с собеседником; созданием атмосферы взаимопонимания; пробуждением интереса к разговору.

Методы, использование которых эффективно в начале беседы: метод снятия напряженности: использование теплых слов, личного обращения, комплиментов, шутки для установления более тесного контакта с собеседником; метод "зацепки": использование какого-либо события, сравнения, личного впечатления, анекдота или необычного вопроса, позволяющих образно представить суть проблемы, обсуждению которой должна быть посвящена беседа; метод стимулирования игры воображения: постановка в начале беседы множества вопросов по ряду проблем, которые должны рассматриваться в ходе беседы; метод "прямого подхода": непосредственный переход к делу без какого-либо обсуждения - краткое сообщение о причинах, по которым назначена беседа, и быстрый переход к конкретному вопросу.

Откровенной, конструктивно-критической атмосфере деловой беседы **противоречат:** бестактное обрывание на полуслове; неоправданное лишение собеседника возможности высказать свое мнение; навязывание мнения ведущего беседу; игнорирование: или высмеивание аргументов собеседника; грубая реакция на высказывание; партнерами противоположных точек зрения; подтасовка фактов; необоснованные подозрения, голословные утверждения, окрики за критику; давление на собеседника голосом, манерами.

Устойчивые обороты которые позволяют собеседникам управлять ходом беседы на этапе обсуждения проблемы и принятия решения Например: Давайте уточним детали предмета разговора, если я правильно вас понял... Введите меня в курс дела... Можем ли мы рассчитывать... Есть ли у вас конкретное предложение... Убеждение партнера Я в этом совершенно уверен... Нет причин для опасений... Думаю, мы все выиграем... Вы, конечно, согласитесь, что... Вне всякого сомнения... Неполное согласие Это требует дополнительного обсуждения... По мере возможности мы постараемся... Может быть, рассмотрим иные условия... Несогласие Вряд ли это возможно... К сожалению... Было бы нежелательно... Не по вашей вине... Я разделяю вашу точку зрения... На самом деле... Вызывает определенные сомнения... Отсюда следует, что... Как было доказано...

Заключительная часть беседы. Успешно завершить беседу - значит достигнуть заранее намеченных целей. Задачами этого этапа являются: достижение основной или запасной цели; обеспечение благоприятной атмосферы в конце беседы; стимулирование собеседника к выполнению намеченной деятельности; поддержание в случае

необходимости в дальнейшем контакта с собеседником.

Условия результативной беседы

Итак, чтобы ваша беседа была результативной независимо от того, с кем вы разговариваете необходимо:

Во-первых понравиться собеседнику, для этого установлены основные правила которые способствуют достижению данной цели:

- Искренне интересуйтесь другими людьми.
- Улыбнитесь.
- Помните, что имя человека – это самый сладостный для него звук на любом языке.
- Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других говорить о самих себе.
- Говорите о том, что интересуется вашего собеседника.
- Внушайте собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне.

Во-вторых – уметь управлять процессом общения, воздействуя на людей не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды. Для этого существуют свои правила, соблюдение которых позволяет воздействовать на людей, не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды:

- Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.
- Указывайте на ошибки других не прямо, а косвенно.
- Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.
- Задавайте собеседнику вопросы вместо того, чтобы ему что-то приказывать.
- Давайте людям возможность спасти свой престиж.
- Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте их успех. Будьте чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу.
- Создавайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.
- Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, начто вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.
- Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать, то что вы предлагаете.

В-третьих, выбрав цель вашей беседы, старайтесь склонить людей к вашей точке зрения мягко без давления и не навязывая вою идеологию. Если человек считает вашу точку зрения – своей, он стремится к достижению вашей цели – как к своей. Для этого надо знать, что:

- Единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него.
- Проявляйте уважение к мнению вашего собеседника. Никогда не говорите человеку, что он не прав.
- Если вы не правы, признайте это быстро и решительно.
- С самого начала придерживайтесь дружелюбного тона.
- Заставьте собеседника сразу же ответить вам «да».
- Пусть большую часть времени говорит ваш собеседник.

		<ul style="list-style-type: none"> • Пусть ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему. • Искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения вашего собеседника. • Относитесь сочувственно к мыслям и желаниям других. • Взывайте к более благородным мотивам. • Драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно. • Бросайте вызов, задевайте за живое. <p>Можно ко всему добавить еще следующее: Кто хочет успешно дискутировать, должен попытаться как можно больше узнать о своем собеседнике.</p>
4	Список литературы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Монжиевская В.В. Деловое общение в текстах схемах и таблицах /В.В. Монжиевская. – Иркутск:Издательство ООО «Мегапринт», 2014. – 113 с. 2.Монжиевская В.В. Деловое общение: информационно-аналитические, хрестоматийные и методические материалы /В.В. Монжиевская. -Иркутск, 2007 . - 237с. 3.Столяренко Л.Д. Психология общения : учебник / Л.Д. Столяренко, С.И. Самыгин. – 2 изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2017 ; 3 изд. – 2018
5	Контрольные вопросы	<ol style="list-style-type: none"> 1.Что представляет собой деловая беседа и каковы ее преимущества? 2.Каковы этапы проведения деловой беседы? 3.Дайте характеристику каждому этапу проведения деловой беседы. 4.Приведите примеры, когда игнорирование одного из этапов деловой беседы приводило к неэффективному результату. 5. Из общих правил ведения деловой и светской беседы выделите те, которые должны неукоснительно соблюдаться в деловой (служебной) обстановке. 6. Почему деловую беседу нельзя проводить спонтанно? Ответ обоснуйте. 7. Аргументируйте, почему начальный этап беседы определяет ее успешность.
6	Глоссарий	Деловая беседа- это разговор между двумя собеседниками, направленный на решение задач профессиональной деятельности.
7	Тестовые задания	<p>1.Этапы проведения деловой беседы</p> <ol style="list-style-type: none"> а) начало беседы; обсуждение проблемы; завершение беседы. б) подготовительный этап; начало беседы; обсуждение проблемы; принятие решения; завершение беседы. в) подготовительный этап; обсуждение проблемы; принятие решения. <p>2. Если необходимо выработать совместное решение, программу совместных действий, где целесообразней начать деловую беседу?</p> <ol style="list-style-type: none"> а) на нейтральной территории б) на вашей территории в) на территории собеседника? <p>3. В деловой беседе предпочтительно использовать:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) утверждения б) вопросы

		<p>4. На что должно быть направлено убеждение в процессе деловой беседы??</p> <p>а) на сознание б) на сознание, эмоциональную и волевую сферы в) на сознание, эмоциональную сферу</p> <p>5. Что из перечисленного относится к принципам ведения деловой беседы?</p> <p>а) сознательная настройка на уровень собеседника, заинтересованность в перспективах ваших взаимоотношений, рациональная организация процесса беседы, простота, образность, доступность б) четкость, конкретность, рациональность, авторитарность в) непротиворечивость, настойчивость, оптимальность</p>
--	--	---

**Практическое задание
по учебной дисциплине « Деловая культура»**

Вариант 1.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Структурно-содержательная основа профессионального этикета».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 2.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Структурно-содержательная основа дипломатического этикета ».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 3.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Этикет в организации виртуального типа».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 4.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Этикет в организации адхократического типа».
2. Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 5.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Этикет в организации коммерческого типа».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 6.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Этикет в организации иерархического типа».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 7.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Этикет в организации кланового типа».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 8.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Структурно-содержательная основа светского этикета».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 9.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Структурно-содержательная основа делового этикета».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Вариант 10.

- 1.Подготовьте доклад и презентацию по теме: «Структурно-содержательная основа военного этикета».
- 2.Составьте памятку «Правила общения библиотекаря с читателями».

Требования к докладу:

1. Номер темы доклада соответствует порядковому номеру студента в списке группы.
2. Объем доклада – 5 страниц печатного текста; Шрифт 14; Межстрочный интервал -1.
3. Содержание доклада:
Тема доклада; Ключевые слова (не менее 5 слов - перечислить); Историческая справка; Авторы, изучающие проблему (а) отечественные; б) зарубежные); Тезисное изложение проблемы;

Требования к презентации

- 1.Презентация соответствует теме доклада.
2. Количество слайдов не менее 20.
3. На слайды презентации выносятся только основные теоретические положения, таблицы, схемы, рисунки и т.д.