





1.6.1. Деловая беседа. Формы постановки вопросов.

Деловое общение означает служебные, т.е. официальные контакты с обратной связью между начальством и подчиненными, а также между подчиненными.

Деловое общение реализуется в различных формах:

- 🔲 деловая беседа,
- 🔲 деловые переговоры,
- Деловые совещания,
- публичные выступления.

Наиболее распространенной и чаще всего применяемой формой является деловая беседа.







Деловая беседа - это форма делового общения, предполагающая обмен точками зрения, мнениями, информацией, направленная на решение той или иной проблемы.

Деловые беседы направлены на реализацию следующих функций:

- - поиск новых направлений и начало перспективных мероприятий;
- - обмен информацией;
- - контроль начатых мероприятий;
- - взаимное общение работников из одной деловой среды;
- - поиски и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- - поддержание деловых контактов на уровне предприятий, фирм, отраслей, стран.



Основными этапами деловой беседы являются: начало беседы; информирование партнеров; аргументирование выдвигаемых положений, принятие решения; завершение беседы.

Кроме того, очень важно помнить о личном подходе к беседе.

Беседа должна начинаться с так называемого "вы-подхода".

"Вы-подход" — это умение человека, ведущего беседу, поставить себя на место собеседника, чтобы лучше его понять. Для этого необходимо задать себе следующие вопросы: "Что бы нас интересовало, будь мы на месте нашего собеседника?"; "Как бы мы реагировали на его месте?". Это уже первые шаги в направлении "вы-подхода". Таким образом, собеседнику дается почувствовать, что его уважают и ценят как специалиста.









Важным этапом деловой беседы является информирование собеседника. Поскольку информация не поступает сама по себе, для ее получения необходимо задавать вопросы.

Задавание вопросов – это реакция, предназначенная для сбора информации или для уточнения уже имеющихся сведений.

Существуют следующие основные группы вопросов.

- 1. Закрытые вопросы это вопросы, на которые ожидается ответ «да» или «нет». Они способствуют созданию напряженной атмосферы в беседе, поэтому такие вопросы нужно применять со строго определенной целью.
- **2. Открытые вопросы** это вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет», они требуют какого-то пояснения. Это так называемые вопросы "что?", "кто?", "как?", "сколько?". Такие вопросы задают, когда нужны дополнительные сведения или когда необходимо выяснить мотивы и позицию собеседников.

- 3. **Риторические вопросы** это вопросы, на которые не дается прямого ответа, так как их цель вызвать новые вопросы и указать на нерешенные проблемы. Задавая риторический вопрос, говорящий надеется "включить" мышление собеседника и направить его в нужное русло.
- **4.** Переломные вопросы это вопросы, которые удерживают беседу в строго установленном направлении или же поднимают целый комплекс новых проблем. Подобные вопросы задаются в тех случаях, когда уже получено достаточно информации по одной проблеме и необходимо "переключиться" на другую.
- **5.** Вопросы для обдумывания это вопросы, которые вынуждают собеседника размышлять, тщательно обдумывать и комментировать то, что было сказано. Цель этих вопросов создать атмосферу взаимопонимания.
- **6. Контрольные вопросы** это вопросы, которые используются во время любого разговора, чтобы выяснить, понимает ли партнер. Примеры контрольных вопросов: «Что вы об этом думаете?», «Считаете ли вы так же, как и я?».





Продуктивность беседы обеспечивают **информационные, зеркальные и** эстафетные вопросы.

Информационные вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о ком-либо или о чем-либо. Они построенные так, чтобы вызвать содержательные ответы (мысли, суждения и т. д.). Вопросы, рассчитанные только на ответы «да» или «нет», не являются информационными.

■ Зеркальные вопросы используются для расширения рамок диалога и обеспечения его непрерывности. Они состоят в повторении с вопросительной интонацией части утверждения, произнесенного собеседником, чтобы он увидел свое утверждение с новой стороны.

Эстафетные вопросы призваны придать диалогу динамику и показать способность слушать и схватывать реплики партнера. В то же время они заставляют того раскрыться еще больше, выразиться по-другому и сверх того, что сказано.

- Повысить эффективность задаваемых вопросов и снизить негативные реакции на них можно, если придерживаться следующих рекомендаций:
 - 1. Определять, какого рода информация необходима для лучшего понимания собеседника. Нужна ли информация о деталях, уточнение слова или идеи и т.д., затем в соответствии с этим сформулировать вопрос одного из трех типов:
 - •вопросы для получения дополнительной информации о важных деталях;
 - •вопросы, уточняющие значение слова;
 - •вопросы, уточняющие причину испытываемых человеком ощущений.
 - **2. Задавать вопросы в форме законченных предложений.** Задавая более развернутые вопросы, собеседнику показывается, что он услышан.
 - 3. Следить за тем, выражает ли вербальное поведение неподдельный интерес
 - и заботу. Задавать вопросы необходимо искренним тоном.
 - **4.** Принимать на свои плечи «бремя невежества». Для этого необходимо предварять вопросы короткими высказываниями





1.6.2. Психологические особенности ведения деловых дискуссий и публичных выступлений. Аргументация.

Дискуссия как форма делового общения предполагает общение на основе доводов и аргументов с целью найти истину путем всестороннего сопоставления различных мнений.









- 1) вступление в контакт;
- 2) постановка проблемы (что обсуждается, зачем, в какой степени нужно решить проблему, какова цель дискуссии);
- 3) уточнение предмета общения и предметных позиций (мнений) участников;
- 4) выдвижение альтернативных вариантов;
- 5) конфронтация участников;
- 6) обсуждение и оценка альтернатив, поиск элементов сходства;
- 7) установление согласия через выбор наиболее приемлемого или оптимального решения.







В дискуссии велика роль ведущего. Он должен:



- Сформулировать цель и тему дискуссии (что обсуждается, зачем нужна дискуссия, в какой степени следует решить проблему). Целью дискуссии может быть:
- •сбор и упорядочивание информации по обсуждаемой проблеме;
- •поиск альтернативных подходов к решению проблемы, их обоснование;
- •выбор оптимальной альтернативы.
- Установить время дискуссии (20—30—40 минут или более).
- Заинтересовать участников дискуссии (изложить проблему в виде некоторого противоречия).
- Добиться однозначного понимания проблемы всеми участниками, проверив это контрольными вопросами или попросив участников задавать вопросы.
- Организовать обмен мнениями (желающим или по кругу).
- Активизировать пассивных (обратиться к молчащему с вопросом, с просьбой помочь).
- Собрать максимум предложений по решению обсуждаемой проблемы (свои предложения высказать после того, как выслушаны мнения всех участников).
- Не допускать отклонений от темы (тактично останавливать, напоминать о целях дискуссии).
- Помогать группе прийти к согласованному мнению.





Публичное выступление представляет собой процесс передачи информации, основная цель которого - убедить слушателей в правильности тех или иных положений.

Виды публичных выступлений по цели:

- информационные;
- протокольно-этикетные;
- развлекательные;
- убеждающие.





🔍 При публичном выступлении могут возникать следующие типичные затруднения:



- нелогичность (непоследовательность в изложении сути, нечеткая аргументированность излагаемого материала, отсутствие ясности и четкости в достижении поставленных целей);
- проблема самовыражения (недостаточная эмоциональность, зажатость, монотонность выступления, несоответствие внутреннего состояния и внешних признаков);
- эгоцентризм (не учитывается плюрализм мнений; неспособность понять иное, чужое мнение);
- некомпетентность (недостаток информации, некомпетентность в конкретных вопросах);
- проблема контакта (трудности контакта с аудиторией, не удается расположить слушателей убеждением и т. п.);
- проблема самоконтроля (трудно преодолеть волнение, неумение вести себя т. п.);
- проблема выхода из контакта (сумбурность и незавершенность выступления, плохое окончание и неудачный выход из разговора).





2. Аргументация

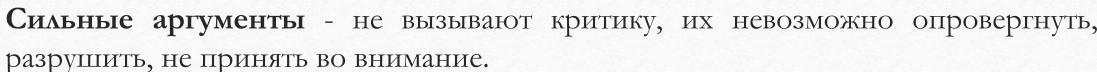
Аргументы различаются по степени воздействия на ум и чувства людей:

- Сильные,
- Слабые и
- несостоятельные.

Встречные аргументы (контраргументы) имеют ту же градацию.







Это прежде всего:

- •точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения;
- •законы, уставы, руководящие документы и т.д.;
- •экспериментально проверенные выводы;
- •заключения экспертов;
- •цитаты из публичных заявлений, книг признанных авторитетов;
- •показания свидетелей и очевидцев событий;
- статистическая информация.





Слабые аргументы - вызывают сомнения оппонентов, клиентов, сотрудников.



К таким аргументам относятся:

- умозаключения, основанные на двух или более отдельных фактах, связь между которыми неясна без третьего;
- уловки и суждения, построенные на алогизмах (алогизм прием для разрушения логики мышления, применяется чаще всего в юморе. Например: «Вода? Я пил
- ее однажды. Она не утоляет жажды»);
- ссылки (цитаты) на авторитеты, неизвестные слушателям;
- аналогии и непоказательные примеры;
- доводы личного характера, вытекающие из обстоятельств или диктуемые побуждением, желанием;
- тенденциозно подобранные отступления, афоризмы, изречения;
- доводы, версии или обобщения, сделанные на основе догадок, предположений, ощущений;
- выводы из неполных статистических данных.





Несостоятельные аргументы - позволяют разоблачить, дискредитировать соперника, применившего их.



Ими бывают:

- •суждения на основе подтасованных фактов;
- •ссылки на сомнительные, непроверенные источники;
- •потерявшие силу решения;
- домыслы, догадки, предположения, измышления;
- доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество;
- выводы, сделанные из фиктивных документов;
- выдаваемые авансом посулы и обещания;
- ложные заявления и показания;
- подлог и фальсификация того, о чем говорится.









Правило Гомера

Очередность приводимых <u>аргументов</u> влияет на их убедительность

Наиболее убедителен следующий порядок аргументов:

Сильные

Средние

Один самый сильный

Слабыми аргументами вообще не пользуйтесь, они приносят вред, а не пользу)



