



ИСКУССТВО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Образцова Мария Николаевна, к.
филол.н., доцент кафедры
стилистики и риторики КемГУ

ПЛАН СЕМИНАРА:

- 1. Понятие культура речи. Виды языковых норм.
- 2. Деловое общение как проявление официально-делового стиля.
- 3. Тактики убеждения и внушения в деловой беседе.
- 4. Правила аргументации.



Понятие культуры речи. Виды языковых норм.

- ▣ **Культура речи** – это владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, стилистики), а также умение использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи; раздел языкознания, исследующий проблемы нормализации с целью совершенствования языка как орудия культуры (ЛЭС).



АСПЕКТЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ:

- 1) нормативный;
- 2) коммуникативный;
- 3) этический.



ТИПОЛОГИЯ ВАРИАНТОВ

| Уровни языка | Равноправные варианты | Неравноправные варианты | | |
|-----------------|-----------------------------|---|----------------------------------|--|
| | | Стилистические | Семантические | Нормотивно-хронологические |
| фонетический | твОрог – творОг | кОмпас - компАс | Ирис - ирИс | рАкурс (совр) – ракурс (уст.) |
| лексический | ЛингвИтсика - языкознание | Глаза - очи | ФальшивЫй искусственный | Сейчас - ныне |
| морфологический | Бункера - бункеры | Ветры (поэтич.) ветра (нейтр.) | Учители (жизни) – учителя (школ) | Грифели – грифеля (уст) |
| синтаксический | Гулять вечерами/ по вечерам | Документ с подписью и печатью (разг) / за | По окончании – по комнате | Слыть весельчаком (совр) / за весельчака (уст) |

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ.

- **Функциональный стиль** – это исторически сложившиеся и общественно осознанная разновидность литературного языка, функционирующая в определенной сфере человеческой деятельности и общения, создаваемая особенностями употребления в этой сфере языковых средств и их специфической организацией.



ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ:

- обслуживает сферу официальных, деловых отношений.
- Характерно наличие речевых клише (*в соответствии с протоколом, на основании заявления*), общепринятые формы изложения стандартного расположения материала, широкое использование терминологии и номенклатурных наименований (*атташе, коммюнике, пакт*), наличие сложносокращенных слов, аббревиатур (*СНГ, Минфин, НИИ*), отглагольных существительных (*взаимодействие*), отыменных предлогов (*ввиду, в связи, по причине*), преобладание прямого порядка слов и т.д.



ВЕЖЛИВОЕ ОБЩЕНИЕ:

- 1) речевой этикет;
- 2) культура поведения;
- 3) культура вежливого общения.



ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ И ВНУШЕНИЯ В ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЕ.

- Убеждение как доказательство последовательных логичных постулатов.
- Внушение как «лжеубеждение» и как нейро-лингвистическое программирование.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- **1. Правило Гомера:** очередность приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: сильный – средний – самый сильный. Силу или слабость аргумента определяет лицо, принимающее решение.
- **2. Правило Сократа:** для получения положительного ответа по очень важному для вас вопросу поставьте этот вопрос на третье место, предпослав ему два коротких, простых для собеседника вопроса, по которым он без затруднения скажет «да».



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- **3. Правило Паскаля:** «Не загоняйте собеседника в угол». Дайте ему возможность «сохранить лицо». Следует предложить такое решение, которое дает возможность с честью выйти из затруднительного положения, а оппонент не будет чувствовать при этом неловкость, дискомфорт. Слова Паскаля: «Ничто так не разоружает, как условия почетной капитуляции» - как нельзя лучше подсказывают, в чем здесь дело.
- **4 правило:** убедительность аргументов зависит от имиджа и статуса убеждающего.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- ▣ **5 правило:** не понижайте свой статус. Не следует начинать выступление со слов: «Я плохо подготовился», «Я сегодня плохо себя чувствую, поэтому вряд ли получится что-либо путное», «Я плохо умею говорить, но я попробую» и т.д.
- ▣ **6 правило:** не принижайте статус и имидж собеседника. Проявление неуважения, пренебрежения к собеседнику вызывает негативную реакцию, провоцирует конфликт.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- **7 правило:** к аргументам приятного нам собеседника мы относимся снисходительно, а к аргументам неприятного – критически. Приятное впечатление на аудиторию производит выступающий, если у него грамотная речь, приятные манеры, внешний вид, он смотрит на слушателей и т.д.
- **8 правило:** желая переубедить собеседника, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чем вы согласны с ним.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- ▣ **9 правило:** Проявите эмпатию. Эмпатия — способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания. Эмпатия помогает представить себя на месте собеседника, понять ход его мыслей.
- ▣ **10 правило:** будьте хорошим слушателем.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

□ **11 правило:** избегайте конфликтогенов.

Конфликтогенами могут быть: проявления превосходства, агрессии, невоспитанности, грубости, угрозы, насмешки; высказывание замечаний, хвастовство, безапелляционность, навязывание советов, перебивание собеседника, обман, утаивание информации и др.

□ **12 правило:** проверяйте, правильно ли вы понимаете друг друга.



Правила, помогающие убедить (по Виктору Павловичу Шейнову «Искусство убеждать. Технология скрытого управления людьми»):

- **13 правило:** следите за мимикой, жестами и позами — своими и собеседника.
- **14 правило:** покажите, что предлагаемое вами удовлетворяет какие-либо из потребностей собеседника: физиологические, потребность в безопасности, принадлежать какой-либо общности, в уважении, признании, в самореализации, духовные потребности.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

□ maria_obraztsova@mail.ru

