



Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого»

Институт повышения квалификации  
и переподготовки

Кафедра социально-гуманитарных и правовых дисциплин

**Т. А. Юрис**

# **КУЛЬТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**ПОСОБИЕ**

**для слушателей специальностей переподготовки  
1-24 01 71 «Правоведение»  
и 1-24 01 72 «Экономическое право»  
заочной формы обучения**

**Гомель 2020**

УДК [159.9+174](075.8)  
ББК 88.4+87.75я73  
Ю73

*Рекомендовано кафедрой социально-гуманитарных и правовых дисциплин  
ГГТУ им. П. О. Сухого  
(протокол № 4 от 23.12.2019 г.)*

Рецензент: доц. каф. социально-гуманитарных и правовых дисциплин  
ГГТУ им. П. О. Сухого канд. филос. наук, доц. *А. Ю. Савенко*

**Юрис, Т. А.**  
Ю73 Культура профессиональной деятельности : пособие для слушателей специальностей переподготовки 1-24 01 71 «Правоведение» и 1-24 01 72 «Экономическое право» заоч. формы обучения / Т. А. Юрис. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2020. – 43 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <http://elib.gstu.by>. – Загл. с титул. экрана.

В пособии освещен ряд аспектов культуры профессиональной деятельности: нормы и правила делового общения в соответствии со служебным этикетом, рекомендации по разрешению психологических коллизий в коллективе, технологии деловой коммуникации (ораторское искусство, искусство диалогического общения, организация коллективных форм делового общения и др.), формирования и оптимального использования своего имиджа и др. Освоение современных стандартов и образцов профессиональной культуры способствует совершенствованию личностных качеств специалиста и повышению эффективности его профессиональной деятельности.

**УДК [159.9+174](075.8)  
ББК 88.4+87.75я73**

© Учреждение образования «Гомельский  
государственный технический университет  
имени П. О. Сухого», 2020

## ВВЕДЕНИЕ

Предметом курса «Культура профессиональной деятельности» является изучение тех аспектов профессиональной культуры, которые способствуют формированию и совершенствованию личностных качеств специалиста – интеллектуальных, моральных и психологических.

Целью курса «Культура профессиональной деятельности» является освоение слушателями современных стандартов и образцов профессиональной культуры, навыков по налаживанию деловой коммуникации, оптимальному использованию норм служебного этикета с учетом специфики приобретаемой квалификации.

Ключевое понятие курса – культура профессиональной деятельности – понимается как система знаний и ценностей, которые в виде образцов и норм, принятых в конкретной специализированной социокультурной среде, регулируют профессиональную деятельность. Особое внимание уделяется управленческой деятельности, которая рассматривается как одна из составляющих профессиональной деятельности современного специалиста, который должен уметь работать в команде, владеть навыками организатора, управленца, менеджера, способного организовать совместную работу, быть готовым к адаптации своих знаний и навыков к деятельности на разных уровнях служебной иерархии, что предполагает совершенствование самоменеджмента.

### Тема 1. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА

Основным видом деятельности человека является профессиональная деятельность – социально обусловленный, осознанный, целенаправленный труд. В самом широком смысле профессии – это исторически возникшие формы деятельности, необходимые обществу, для выполнения которых человек должен обладать суммой знаний и навыков, иметь соответствующие способности и профессионально важные качества.

Профессиональная деятельность имеет общественный характер. В ней различают как минимум две стороны: общество (как работодатель) и человек (как работник). Общество выступает в этих отношениях как заказчик выполнения общественно значимых видов

деятельности; организатор условий такой деятельности; источник ее материального финансирования; регулятор правовых отношений между участниками профессиональной деятельности; эксперт качества деятельности, осуществляемой работником; источник формирования социального отношения к профессии (ее значимость, престиж и т.п.). Все эти функции могут выполняться государственными институтами (например, в случае работы в государственной организации) или частично переданы частным лицам (функции организации условий труда, финансирование и др.). Однако даже при передаче функций частным лицам органы государственного управления осуществляют общий надзор за профессиональной деятельностью (например, частные школы проходят государственную аттестацию и аккредитацию, трудовые отношения регламентируются трудовым кодексом государства, а учебные программы в них строго соответствуют государственному образовательному стандарту).

С точки зрения общества, профессия – это вид деятельности людей, направленный на удовлетворение потребностей общества в достижении значимого результата, продукта. С точки зрения конкретного человека, профессия – это деятельность, которая является источником его существования и средством личностной самореализации. В процессе трудовой деятельности развиваются способности человека (интеллект, воля, внимание и др.), формируется его характер (дисциплинированность, ответственность и др.).

Для осуществления профессиональной деятельности человек должен, прежде всего, иметь соответствующие способности, профессионально важные качества – совокупность достаточно стойких индивидуально-психологических качеств личности, которые определяют успешность обучения определенной трудовой деятельности, выполнения ее и совершенствования в ней. Уровень их развития во многом определяет темпы становления человека как профессионала и степень успешности его профессиональной деятельности. Наиболее общим признаком соответствия человека профессиональной трудовой деятельности является его деловой авторитет и удовлетворенность избранным трудовым путем, преобладание благоприятных функциональных состояний в ходе трудовой деятельности (интерес к работе, бодрость, хорошее самочувствие, приятные эмоциональные переживания от контактов с предметной и социальной средой и др.). Таким образом, от правильного выбора профессии зависит размер пользы, приносимой

работником обществом, а также степень его удовлетворённости жизнью.

Правильный выбор поприща деятельности осложняется, в частности, тем, что мир профессий и специальностей очень многообразен и динамичен - по данным отечественных и зарубежных справочников насчитывается от 7 до 35 тысяч их наименований. В зависимости от основания классификации профессии объединяются в разные группы. Наиболее общими классификационными основаниями являются характеристика объекта труда и характеристика его субъекта.

Широкую известность приобрела профессиография Е.А.Климова, активно используемая в решении вопросов профориентации и профконсультации молодежи. В ней выделены пять типов профессий по признаку различий их объектных систем:

«человек – природа» (семеновод, мастер-животновод, зоотехник, агроном, кинолог, лаборант химико-бактериологического анализа и др.);

«человек – техника» (проходчик, столяр, техник-металлург, инженер-механик, архитектор, электромонтажник, радиомеханик, строитель, сборщик компьютеров, специалист по телекоммуникациям и др.);

«человек – человек» (врач, учитель, психолог, парикмахер, экскурсовод, менеджер, руководитель художественного коллектива и др.);

«человек – знаковые системы» (переводчик, чертежник, инженер, топограф, секретарь-машинистка, программист и др.);

«человек – художественный образ» (артист, художник, музыкант, дизайнер, резчик по камню, литературный работник и др.).

Для определения способности к тому или иному типу профессий необходимо знать психологические особенности той деятельности, способности к которой определяются, и индивидуально-психологические особенности человека, у которого определяются способности.

Специфика профессиональной деятельности юристов. Тем, кто решил посвятить себя профессии юридического профиля, необходимо осознание специфики предстоящей деятельности. Во-первых, эта деятельность четко регламентирована законом. Нарушение закона, пренебрежение своими должностными обязанностями и принципами для юриста просто недопустимо и свидетельствует в первую очередь

о низком уровне его профессиональной квалификации. Данное положение формирует потребность в неукоснительном, наиболее точном и качественном исполнении правовых предписаний, формирует направленность личности, ее правомерное поведение. Именно потребность в соблюдении нравственных, правовых норм является основным социально значимым качеством личности юриста, формирующим ее профессиональное правосознание. Все это в совокупности составляет высокий уровень социализации, ответственность юристов перед обществом и нормативность поведения.

Во-вторых, в процессе своей деятельности юристу приходится сталкиваться с различными жизненными ситуациями, судьбами разных людей. Все это в совокупности и каждая ситуация в отдельности требуют индивидуального подхода, внимательного изучения возникших правоотношений. Поэтому, чтобы наиболее квалифицированно и адекватно оценивать те или иные действия, решать тот или иной вопрос, юристу помимо сугубо профессиональных знаний необходимы обширные психологические знания.

В-третьих, профессиональная деятельность юристов, и в первую очередь тех, кому приходится бороться с преступностью, носит напряженный, экстремальный характер, обусловленный выполнением сложной, однообразной работы в условиях дефицита информации, времени, активного сопротивления заинтересованных лиц, игнорирования ими правовых норм. Это приводит к нервно-психическим перегрузкам, которые усугубляются нерегулярной сменой условий труда, нарушениями привычного режима суточной жизнедеятельности, вынужденного отказа от отдыха, что приводит к состоянию психической напряженности, эмоциональной неустойчивости, появлению невротических реакций, различных расстройств и заболеваний.

Перечисленные особенности профессиональной деятельности юриста являются наиболее общими для многих ее видов. Такой подход способствует созданию типовой профессиограммы — объективных характеристик деятельности и психогаммы — профессионально значимых свойств и качеств, а также создает надежную систему оценки и отбора кандидатов для правоохранительной службы.

*Управленческая культура.* Современная профессиональная деятельность обязательно включается в сложную систему социальных связей, она по сути своей есть процесс кооперации, сотрудничества, выраженных в большей или меньшей степени в разных профессиональных областях. Там же, где присутствует кооперация, обязательно есть и управление, что обуславливает разный статус работников и, следовательно, разные требования к их профессиональным качествам. Особое значение имеет деятельность субъектов управления – руководителей различного уровня, менеджеров – всех организаторов управленческого цикла, поэтому перечень требований, предъявляемых к менеджеру, достаточно широк. Он включает:

профессиональные знания в конкретной сфере деятельности, включающие владение методологией их совершенствования, углубления и обновления;

организаторские способности и навыки управленческой деятельности, ориентированные на использование новейших достижений в области технических, естественных и социально-гуманитарных наук;

искусство делового общения, основанное на соблюдении норм служебного этикета;

компетентность в области психолого-педагогических проблем управления, учитывающих социально-психологические особенности поведения людей в организованном сообществе;

общий культурный кругозор, сформированный на основе усвоения общезначимых ценностей мировой и национальной культуры;

нравственный облик, соответствующий общегуманистическим нравственным идеалам.

Совокупность социальных качеств субъекта управления позволяет выйти на оценку такой его интегральной характеристики, как управленческая культура, которая представляет собой степень реализации социально значимых характеристик руководителя в управленческой практике и может быть выражена в очень широком спектре – от низкой управленческой культуры до высокой культуры управления. Современный специалист должен быть психологически готов к участию в управленческих процессах и работе по повышению своей управленческой культуры как составной части его профессиональной культуры.

Профессиональная культура – это совокупность специальных знаний и умений, а также личностных качеств работника (общий уровень развития, моральные и психологические свойства личности), принятых в конкретной профессиональной области в виде образцов и норм. Если конкретизировать, то культура профессиональной деятельности кроме профессиональных знаний и навыков должна включать навыки делового общения в соответствии со служебным этикетом, знания и навыки по разрешению психологических коллизий в коллективе, знания и навыки деловой коммуникации (ораторское искусство, искусство диалогического общения, организация коллективных форм делового общения и др.), формирования и оптимального использования своего имиджа и др.

#### *Вопросы для самостоятельной работы.*

Проблема правильного выбора профессии. Профессиональная культура юриста как личности и её роль в развитии правовой культуры общества. Критерии профессионализма юриста.

## Тема 2. СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ

Атрибутом совместной жизнедеятельности людей является общение. Общение – это процесс взаимодействия людей, в котором происходит обмен информацией, опытом и результатами деятельности. В общении выделяют три взаимосвязанных стороны:

- коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между людьми (информационная функция);
- интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между людьми, например, нужно согласовать действия, распределить функции или повлиять на настроение, поведение, убеждения собеседника (регулятивная функция);
- перцептивная сторона общения включает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания (функция взаимопонимания). В зависимости от цели и используемых средств выделяют такие виды общения как формальное, манипулятивное, духовное и др. Специфика делового общения обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые

определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей.

В деловом общении предметом общения является дело. При этом учитываются особенности личности, характера, возраста, настроения собеседника, но интересы дела более значимы, чем возможные личностные расхождения. Особенности делового общения заключаются в том, что

- партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
- общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
- основная задача делового общения — продуктивное сотрудничество.

В деловом общении можно выделить следующие формы:

- прямое (непосредственный контакт) и косвенное (между субъектами существует пространственно-временная дистанция). Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное;

- вертикальное и горизонтальное. В ходе вертикального общения осуществляется общение между начальником и подчиненным, в ходе горизонтального – между равными по статусу сотрудниками;

- вербальное и невербальное. Вербальное общение осуществляется с помощью слов, при невербальном общении средством передачи информации являются позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение и т.д.;

- устное и письменное. С точки зрения формы речи оно может осуществляться путем устной речи с использованием различных каналов связи или при непосредственном общении. Или быть письменным, когда субъекты общения обмениваются письменными посланиями по различным каналам связи. Если деловая письменная речь представляет официально-деловой стиль речи, то устная деловая речь – различные формы гибридных стилевых образований;

- межличностное и публичное. С точки зрения количества участников в ходе корпоративного делового общения оно осуществляется как между личностями - субъектами общения, так и между личностью и группой.

Служебный этикет — это нормы и правила поведения, принятые в профессиональном общении в конкретной организации. Служебный этикет должен обеспечивать нормативную регуляцию процесса

общения неравных по служебному статусу партнеров для улучшения их взаимопонимания и взаимоуважения, обеспечения надлежащей субординации и дисциплины. По значимости выполняемой им роли этикет можно сравнить с правилами дорожного движения: без знания норм и правил служебного этикета организации человек похож на водителя, который оказался за рулем и выехал на улицу, не зная правил.

Организационное поведение в современных условиях рождает новые ситуации общения, вносит новые этикетные требования. Запомнить их все невозможно. Жизнь намного сложнее, чем правила, и в ней случаются такие ситуации, которые довольно трудно предвидеть даже в самом полном своде правил этикета. Современный этикет не догматический, его нормы могут и должны меняться. Поэтому важнее не выучить правила, а понять «дух» этикета, то есть усвоить его основные принципы.

Основные принципы служебного этикета: гуманизм, целесообразность действий, эстетическая привлекательность поведения, уважение традиций своей страны и стран, с представителями которых приходится вступать в деловые контакты.

Принцип гуманизма, то есть, человечности, воплощается в нравственных требованиях к культуре взаимоотношений. Для налаживания эффективной служебной коммуникации следует придерживаться таких этических качеств как вежливость, тактичность, скромность, точность.

Вежливость – это демонстрация доброжелательного и уважительного отношения к людям. Существуют разные стороны или оттенки вежливости: корректность, учтивость, любезность, деликатность и др. Корректность – подчеркнуто официальная и несколько суховатая, холодная вежливость, умение держать себя в рамках общепринятых приличий в эмоционально-напряжённых ситуациях. Учтивость – это форма соблюдения служебной иерархии, выказывание уважения начальнику без самоуничижения и подобострастия и оказание внимания подчиненному без высокомерия и чванства. Любезность – стремление быть приятным и полезным, проявляющееся в мелких услугах, внимательности. Деликатность – вежливость в сочетании с особой мягкостью и глубоким пониманием внутреннего состояния и настроения других людей.

Тактичность – это чувство меры, которое подсказывает человеку в определенной конкретной ситуации предусмотрительно не замечать

промахов человека, того или иного его несовершенства (все несовершенны) и не ставить его своими замечаниями в неловкое или невыгодное положение.

Скромность – умение соотносить самооценку с мнениями людей, которые нас окружают, не переоценивать себя, не подчеркивать свою значимость. Скромность следует отличать от скованности, закомплексованности, возникающих в случае недостаточного владения навыками свободного культурного общения. Человек не знает, как начать разговор с другими, о чем говорить, боится что-то сделать не так, как надо.

Точность – умение ценить свое слово, выполнять то, что было обещано, своевременно приходить, не опаздывать, четко и точно формулировать свои мысли, избегать двусмысленностей в выражениях.

Второй принцип служебного этикета – целесообразность действий. Современный служебный этикет предполагает, что стиль общения должен быть простым и удобным для всех его участников, свободным от излишней чопорности, строгости. Разумность, простота, естественность, максимальное уважение к человеку, к его достоинству определяют большинство норм и правил современного служебного этикета.

Третий принцип служебного этикета – это эстетическая привлекательность поведения. Логика требований эстетики достаточно проста: «неприлично, потому что некрасиво». Некрасивое, лишенное изящества и привлекательности поведение оскорбляет эстетические чувства людей и мешает наладить эффективную коммуникацию. Поэтому следует уделять внимание формированию эстетичных манер (мимика, жесты, интонации и др.) и внешнего облика (одежда, причёска, макияж и др.).

Принцип уважения к национальным обычаям и традициям приобретает особое значение в служебном этикете в настоящее время, когда резко увеличились международные связи и контакты на всех уровнях. Прежде чем отправиться в зарубежную поездку или принять у себя представителей другой страны, следует узнать (через знающих людей или из соответствующей литературы) особенности национального этикета страны, куда вы отправляетесь или представителей которой вы собираетесь принимать.

Конкретно-ситуативные правила служебного этикета. В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные

ситуации, в которых для целесообразного и оптимального взаимодействия работников складываются конкретные формы и правила поведения, облегчающие выполнение профессиональных функций. К конкретно-ситуативным правилам служебного этикета относятся приветствие, представление, обращение, ведение деловой беседы, переговоров, разговоров по телефону, переписки, манеры поведения на службе, внешний облик, речь.

*Правила приветствия.* Принятые во всем мире и действующие в нашей стране правила субординации являются составной частью служебного этикета и предписывают младшему по должности и рангу первым приветствовать старшего, но при этом руку для рукопожатия первым должен протягивать старший. Это же правило распространяется и на женщин - служебный этикет не учитывает половых различий.

Приветствуя старшего по возрасту, младший должен встать. Однако какого бы ранга руководитель не вошел в кабинет подчиненного, первым руку протягивает хозяин кабинета независимо от пола и возраста.

Для приветствия используются не только вербальные (речевые) средства: «Здравствуйте!», «Добрый день», но и невербальные: улыбка, поклон, кивок, взмах руки и т.п.

Если после приветствия одна из сторон задаёт вопрос: "Как дела?", необходимо помнить о чувстве меры. Ничего не ответить невежливо; буркнуть "нормально" и пройти мимо тоже невежливо; пуститься в долгие рассуждения о своих делах – прослыть занудой. В таких случаях деловой этикет предписывает отвечать примерно следующее: "Спасибо, нормально", "Спасибо, пока жаловаться грех", и в свою очередь поинтересоваться: "Надеюсь, что и у Вас все обстоит нормально?". Такие ответы нейтральны, они успокаивают всех. Правилами делового этикета также не возбраняется кратко рассказать о трудностях, пожаловаться, например, на дороговизну. Но говорят об этом бодро, подчеркивая, что деловой человек преодолевает трудности, а без трудностей и забот живет только бездельник.

*Правила представления.* Младшего по должности представляют старшему, мужчине – женщине, своего коллегу – посетителю или клиенту. Нового работника представляет руководитель или уже знакомый с ним сотрудник. Представления в большинстве случаев

происходят стоя. Разговор после представления обычно начинается старший. Первым подаёт руку тот, которому представили другого.

Если возникла необходимость быть представленным, а вокруг нет никого, кто бы мог в этом помочь, то следует просто подать руку и чётко назвать себя.

*Правила обращения.* Правилами этикета предписывается запоминание имён и отчеств коллег. Обращение без имени – обращение формальное, будь то начальник или подчиненный. Обращение по имени, а еще лучше – по имени и отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчеркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение.

Несколько сложнее обстоит дело с обращением к группе лиц. На постсоветском пространстве деятели культуры, деловые люди употребляют обращения «дамы» и «господа». Среди других социальных групп подобные обращения пока широко не прививаются, и часто люди испытывают чувство внутреннего дискомфорта на встречах, собраниях, поскольку не знают, как обратиться друг к другу: слово «товарищ» как атрибут советской эпохи несколько девальвировалось, с другой стороны, многие до «господ» не доросли. В служебной обстановке всё же лучше употреблять обращения «товарищи», «коллеги».

К сожалению, иногда должностные лица злоупотребляют формой обращения на «ты»: обращаются на «ты» к подчиненным, которые гораздо старше их по возрасту, и в то же время говорят «вы» молодому вышестоящему начальнику. В подобной форме проявляется пренебрежение к подчиненному, такое обращение унижает достоинство человека.

*Правила общения по телефону.* Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона, однако искусством общения при помощи этого аппарата овладевает не каждый. Искусство ведения телефонных разговоров состоит в том, чтобы кратко сообщить все, что следует, и получить ответ. В японской фирме не будут долго держать сотрудника, который не решит деловой вопрос по телефону за три минуты.

К деловому телефонному разговору надо готовиться. Плохая подготовка, неумение выделить в нем главное, лаконично, емко и грамотно излагать свои мысли приводят к значительным потерям рабочего времени. Планируя разговор, следует заранее подобрать все

материалы, документы, иметь под рукой необходимые номера телефонов, адреса организаций или нужных лиц, календарь, авторучку, бумагу и т.п. До того как набрать номер, следует точно определить цель разговора и свою тактику его ведения, составить план беседы, записать вопросы, которые необходимо решить, или сведения (данные), которые желательно получить, продумать порядок постановки вопросов, четко сформулировать их, чтобы собеседник не мог многозначно их толковать.

Если вы звоните в первый раз, следует, как в любом случае, поздороваться, потом уточнить, та ли это организация или должностное лицо, куда или кому вы звоните, а затем представиться самому (фамилия, имя, отчество, должность, название организации) и изложить суть вопроса, с которым вы обращаетесь.

Первой же фразой следует постараться заинтересовать собеседника. Необходимо держать в памяти даты и номера документов, официальных материалов, имеющих отношение к разговору, желательно спрогнозировать контраргументы собеседника и свои ответы ему. Если обговариваются несколько вопросов, то нужно последовательно заканчивать обсуждение одного вопроса и переходить к следующему, с помощью стандартных фраз старайтесь отделять их. Например: «Итак, по этому вопросу мы договорились?», «Могу я считать, что по этому вопросу мы достигли соглашения?», «Как я Вас понял (в этом вопросе), мы можем рассчитывать на Вашу поддержку?» и т.п.

Поскольку следует ценить своё и чужое рабочее время, постольку во время разговора надо соблюдать меру, вовремя выйти из контакта с партнером, чтобы не получить репутацию тугодума, зануды или пустомели. Оптимальное время делового разговора – 5 минут.

Основа успешного проведения делового телефонного разговора – компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы деловой телефонный разговор велся еще в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции. Если собеседник проявляет склонность к спорам, высказывает в резкой форме несправедливые упреки, в его тоне звучит самомнение, то необходимо набраться терпения и не отвечать ему тем же. Если есть возможность, желательно перевести разговор на спокойный тон, частично признать

его правоту, постараться понять мотивы его поведения, кратко и ясно изложить свои аргументы.

Надо помнить, что телефон усугубляет недостатки речи; быстрое или замедленное произношение слов затрудняет восприятие. Особенно нужно следить за произношением чисел, имен собственных, согласных букв. Если в разговоре встречаются названия городов, поселков, имена собственные, фамилии и т.п., которые плохо воспринимаются на слух, их нужно произносить по слогам или даже передавать по буквам.

Этикет делового телефонного разговора имеет в своем запасе целый ряд реплик для корректировки общения. Например: «Как Вы меня слышите?», «Не могли бы Вы повторить...?», «Простите, я не расслышал, что Вы сказали» и т.п.

Звонок по домашнему телефону деловому партнеру, сослуживцу для служебного разговора может быть оправдан лишь серьезной причиной, и прежде чем начать разговор, необходимо извиниться. Воспитанный человек не станет также звонить после 22 часов, если для этого нет острой необходимости или не получено предварительное согласие на этот звонок.

По окончании делового телефонного разговора желательно потратить 3–5 минут на анализ содержания разговора, проанализировать свои впечатления, постараться понять причину своих ошибок.

На входящий звонок следует назвать название своей фирмы, организации, отдела и т.п., чтобы абонент понял, куда он попал.

Грубым нарушением служебного этикета считается:

- долго не снимать трубку после звонка;
- не перезвонить, когда вашего звонка ждут или при нарушении связи;
- начинать долгий разговор, не выяснив предварительно, есть ли у собеседника время для этого;
- заставлять собеседника долго ждать, когда говорите по другому телефону;
- разговаривать по телефону и одновременно вести беседу с сотрудником или посетителем.

Правила деловой переписки. Переписка – это общение в миниатюре, овладение ею – это и труд, и искусство. Толковая деловая переписка способствует увеличению оборота фирмы, предприятия, улучшению взаимосвязи различных служб, повышению

квалификации, установлению прочных связей с клиентами и партнёрами.

Одно из главных требований к письму – оно должно быть не длинным. Оптимальный размер – полторы страницы машинописного текста, а еще лучше – одна страница. Хорошее письмо, как и выступление, должно быть четким и ясным. Это второе требование к письму. Следует избегать в деловом письме многосложных, непонятных (иностранных, сугубо специальных) слов и выражений. Это третье правило написания делового письма. Это же правило предполагает и составление писем короткими предложениями, в которых четко и ясно сформулированы основные мысли автора. Лаконичные письма, написанные односложными словами, характеризуют пишущих как хороших собеседников, владеющих искусством общения.

Письмо должно отражать индивидуальность автора, отдела или организации, где он работает. Из письма должно быть ясно, что это за организация, чем она занимается, насколько она солидна и т.д. В то же время необходимо подумать об адресате, постараться узнать его интересы, так донести до него суть вопроса, чтобы ваше письмо запомнили. Не нужно жалеть времени: если даже кажется, что письмо написано безупречно, лучше отложить его отправку, перечитать еще раз. Как правило, найдутся неточности, излишне эмоциональные выражения, которые следует исправить. Особенно важно соблюдение этого правила при ответах на жалобы клиентов. Ошибкой является стремление формально отписаться от клиента, так как недовольство работой организации распространяется быстрее, чем добрая слава о ней.

При деловой переписке надо помнить, что впечатление, производимое письмом на адресата, зависит от таких мелочей, как конверт, бланк фирмы или организации.

*Имидж.* Имидж – это образ, возникающий у людей относительно человека, организации, страны. Причём, это не только визуальный образ, а мнение о них, отражающее их существенные характеристики. Имидж человека включает не только врождённые, но и наработанные качества, отражающие общественный спрос, моду, идеалы и ценности общества и времени. Нельзя жить в обществе и быть от него свободным, игнорировать мнение окружающих.

Имидж необходим для формирования у окружающих установки действовать определённым образом (выразить почтение, уважение,

обратиться с деловым предложением и т.д.). Формирование имиджа бывает осознанным, когда человек себя адекватно оценивает и работает над собой, и неосознанным, когда человек не понимает, как он выглядит в глазах окружающих и почему они относятся к нему вопреки его ожиданиям.

Имидж делового человека подразделяется на личностный и профессиональный. Личностный имидж зависит от нравственно-психологических качеств индивида, профессиональный – от его деловых качеств. В идеале личностный и профессиональный имиджи человека должны совпадать, но в реальности часто один из имиджей лучше другого.

Структурные элементы имиджа:

1) средовой имидж, создаваемый средой жизнедеятельности (в каком районе города живёт человек, в каком доме, в какой организации работает, как оформлен кабинет и т.д.);

2) визуальный, создаваемый внешностью (одежда, причёска, макияж и т.д.);

3) вербальный, создаваемый культурой речи;

4) кинетический, создаваемый движениями тела и его органов.

Выделяют такие виды имиджа как положительный и отрицательный. В создании положительного имиджа заинтересованы для того, чтобы сделать карьеру, добиться желаемого заработка, рейтинга, славы. Отрицательный имидж создают, стремясь к скандальной репутации или чтобы отбить желание общаться (начальники, избегающие контактов с подчинёнными, и подчинённые, играющие роль бестолковых и беспомощных, чтобы их не грузили работой).

Положительный имидж – это искусство очаровывать других. Слагаемые человеческого обаяния: внешняя привлекательность, открытость, готовность к общению, умение сохранить уверенность в кругу незнакомых людей, лёгкая адаптация к новым условиям, терпимость к инакомыслию и др. Работая над созданием имиджа, нужно себя улучшать, но не ломать. Имидж должен быть индивидуальным, не нужно стремиться к стандартизации. Свой имидж при необходимости следует защищать, но при этом воздерживать от ответных враждебных действий.

*Вопросы для самостоятельной работы.*

Нравственные эталоны и образцы поведения руководителя. Этические нормы и принципы поведения подчинённого по отношению к руководителю и коллегам.

Особенности поведения делового человека в различных странах и регионах.

### Тема 3. ОРАТОРСКОЕ МАСТЕРСТВО В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Ораторское мастерство – это искусство публичной речи. Владеть им необходимо представителям целого ряда профессий – политикам, преподавателям, лекторам, юристам, а также, что следует особо подчеркнуть, руководителям в любой сфере деятельности. Человек, обладающий ораторским искусством, имеет больше шансов добиться успеха в жизни.

Для успешного публичного выступления необходимы два основных слагаемых:

1) высокий уровень общего культурного развития, профессионализма оратора (во всяком случае, не ниже, чем у слушателей). Оратор должен в 2-3 раза больше слушателей знать о предмете своей речи;

2) хорошая подготовка к выступлению. Причём, чем короче или ответственнее выступление, тем большее время необходимо для его подготовки. Хорошая речь должна вызреть, она требует тщательного обдумывания.

*Подготовка к выступлению.* Исследования показывают, что люди внимательно слушают одного выступающего 15-20 минут. Рассчитывать на большее время нежелательно. Хорошим ораторам удаётся удерживать внимание аудитории в лучшем случае 1 час, после чего слушателям становится всё безразличным, какой бы эффектной ни была речь.

Текст выступления рекомендуется написать. Во-первых, написание текста позволяет выстроить мысли в логически последовательную и связную цепочку, отбросить лишнее, увидеть недостающее, избежать неряшливых, неточных формулировок, сделать речь более компактной и в то же время более ёмкой и убедительной. Написанная речь легче запоминается и служит успокаивающим средством, оратор не опасается что-либо забыть, сбиться с мысли. Написанный текст – это своего рода официальная «шпаргалка» оратора. Обычно одну страницу текста, напечатанного

12-м шрифтом через полтора интервала, квалифицированный оратор читает за две минуты.

Альтернативой полному тексту речи являются тезисы. При навыке публичных выступлений и хорошем знании темы этого может быть вполне достаточно.

Полезно репетировать предстоящую речь, чтобы лучше её запомнить, спокойнее и свободнее себя чувствовать и не зачитывать её «с листа». Слушатели плохо воспринимают монотонное чтение текста, их внимание ослабевает. К тому же зачитывание речи у многих ассоциируется с недостаточным знанием обсуждаемой темы самим оратором. В 1720 году российский император Пётр I издал указ, гласивший: «Указую: господам сенаторам речь в присутствии схода держать не по писаному, а токмо словами, дабы дурь каждого всем видна была».

Иногда приходится заучивать речь, когда нужно быть абсолютно точным в формулировках, а читать текст перед аудиторией не позволяет ситуация (приветствие на торжественном мероприятии, банкете с деловыми партнёрами, а также случаи якобы импровизированного выступления и т.п.).

При планировании выступления следует учитывать специфику аудитории – уровень подготовки, возрастной и половой состав, социальное положение, национальный характер, интересы и др. Например, для женщин большое значение имеет эмоциональная сторона дела, проявление человеческих качеств, отношения между людьми. Им интересны примеры, касающиеся семьи, бытовых проблем, детей, мужчин, всевозможные детали (которые мужчинам представляются мелочами) и сам процесс общения. В целом они лучшие слушатели по сравнению с мужчинами.

Мужчин интересует больше доказательность тезисов, логика изложения, факты. Им интересна информация о женской психологии, исторических и политических событиях, как добиться успеха. Как слушатели мужчины нетерпеливее женщин, процесс общения для них второстепенен, главное – его результат, полученная информация.

Стержневая идея выступления задаёт определённую его тональность – мажорную, шутливую, порицающую, предостерегающую, просительную, мрачную или торжественную. При этом следует избегать пренебрежительных, заискивающих и менторских интонаций, раздражающих аудиторию.

Волнение оратора перед выступлением вполне естественно и является проявлением уважения к аудитории. Уменьшить его можно хорошей подготовкой, основательным знанием своей темы. Однако волнение бывает и таким, которое мешает выступающему говорить. В таком случае надо убедить себя в том, что ничего страшного не случится, если выступление не будет иметь успеха, неудачи бывают и у опытных ораторов. Пить успокоительные таблетки не рекомендуется, так как они подавляют эмоции, делают речь бесстрастной, бесцветной, реакции оратора – заторможенными. Лучше выпить холодной воды и сделать несколько глубоких вдохов.

*Техника выступления.* Название сообщения должно быть коротким, выразительным, благозвучным, заинтересовывающим слушателя. Получив слово для выступления, и, заметив, что аудитория ещё не настроилась на восприятие информации, необходимо выдержать паузу для установления тишины. Во вступительной части кратко объясняется актуальность темы, значение её для данной аудитории, формулируется цель выступления и кратко излагается история вопроса. Для привлечения внимания опытные ораторы рекомендуют начинать с интересного примера, пословицы или поговорки, крылатого выражения, юмористического замечания, хлесткой цитаты или вопроса к аудитории.

При изложении основной части сообщения важно не перерасходовать время, обязательно оставив его для заключения. Чётко следует придерживаться регламента выступления, не злоупотребляя терпением аудитории. Лучше закончить речь раньше, чем затянуть её.

Утверждения в речи оратора должны быть убедительными и доказательными, для чего следует продумать сочетание логических доводов и психологических приёмов воздействия на слушателей: первые обращены к их разуму, вторые – к их чувствам. Убедительности речи во многом способствует её эмоциональность. Писателю Бернарду Шоу принадлежат такие слова: «Написать «да» и «нет» можно одним способом, а сказать их можно с пятьюдесятью оттенками».

Наиболее важные, ключевые мысли можно повторить, так как они внедряются в сознание слушателей постепенно.

Если есть возможность, то необходимо воспользоваться наглядными средствами. Как считают психологи, человек запоминает в среднем 10% того, что слышит, и 50% того, что видит. Поэтому для

облегчения усвоения слушателями излагаемого материала рекомендуется использовать наглядные средства. Распространённой формой иллюстрирования информации стала презентация, содержащая диаграммы, таблицы, схемы, графики, рисунки. Выводы, подкреплённые цифровым материалом, являются наиболее аргументированной частью речи, и для облегчения восприятия слушателями его следует показать, а не зачитывать. Но не стоит злоупотреблять цифровым материалом, поскольку он нередко не столько вызывает интерес, сколько утомляет слушателей.

При продолжительной речи усталость слушателей можно снять шуткой. Неплохо, если это уместно, закончить выступление на юмористической ноте: и аудитория остаётся в хорошем настроении, и впечатление от выступления в целом благоприятное. Не следует заканчивать выступление шуткой, не относящейся к его теме, так как внимание аудитории будет отвлечено от главного в речи.

Поскольку в восприятии речи действует «закон края»: лучше запоминается то, о чём говорится в начале и конце сообщения, поэтому в заключении рекомендуется кратко повторить основную мысль, суммировать наиболее важные положения речи, сделать выводы и сформулировать очередные задачи, требующие решения.

Если после выступления был задан вопрос, интересующий всех, и на который оратор не знает ответ, то лучше честно сознаться, что не можешь ответить, чем выкручиваться и увиливать.

Факторы, влияющие на успех выступления. Одежда оратора должна быть опрятной, соответствовать ситуации, чтобы не вызывать удивление и критическое отношение слушателей, не отвлекать их внимание от речи. Следует учесть и температурный режим.

Во время выступления не нужно поправлять и одёргивать одежду. Также необходимо избавиться от повторяемых бессознательных движений – почёсывания головы, потирания носа или уха и т.п. Не стоит засовывать руки в карманы, скрещивать их на груди. Жестикуляция и мимика должны быть естественными и не чрезмерными.

Обычно выступающие периодически смотрят на сидящих слева, почти никогда на сидящих справа, уделяя основное внимание центру. Правильнее непрерывно скользить взглядом по всей аудитории, чтобы создать у каждого слушателя впечатление, что он обращается именно к нему. Отсутствие визуального контакта воспринимается

слушателями как равнодушное отношение оратора к ним, что снижает впечатление от речи.

Большое значение имеют речевые средства. Не рекомендуется использовать (с целью произведения впечатления на аудиторию) усложнённую терминологию, злоупотреблять иностранными словами. Раздражающе действуют на слушателей слова-паразиты («это самое», «как бы» и т.п.), штампы (затасканные, избитые выражения), канцеляризмы, жаргонные слова, неверная расстановка ударений, неграмотное и ошибочное употребление слов, неправильное склонение числительных.

Дикция выступающего должна быть чёткой, разборчивой, речь – оптимальной по темпу. Медленный, вялый темп речи притупляет внимание слушателей, быстрый темп затрудняет её осмысление. Сила и тембр голоса должны (в разумных пределах) меняться во время выступления – в результате освежается восприятие речи. Более убедительное впечатление производит голос низкой тональности.

*Вопросы для самостоятельной работы.*

Судебное красноречие. Судебные речи: их виды и особенности. Композиция судебной речи. Нравственные основы судебных речей.

#### Тема 4. СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ

Общение, будучи сложным социально-психологическим процессом взаимопонимания между людьми, осуществляется по следующим основным каналам: речевой (вербальный – от латинского слова устный, словесный) и неречевой (невербальный) каналы общения.

*Вербальное общение.* Речь, как средство общения, одновременно выступает и как источник информации, и как способ воздействия на собеседника. В структуру речевого общения входят:

1) значение и смысл слов, фраз. Играет важную роль точность употребления слова, его выразительность и доступность, правильность построения фразы и ее доходчивость, правильность произношения слов;

2) речевые звуковые явления: темп речи (быстрый, средний, замедленный), модуляция высоты голоса (плавная, резкая), тональность голоса (высокая, низкая), ритм (равномерный,

прерывистый), тембр (раскатистый, хриплый, скрипучий), интонация, дикция.

Энтузиазм, радость и недоверие обычно передаются высоким голосом, гнев и страх – тоже довольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональностей, силы и высоты звуков. Горе, печаль, усталость обычно передают мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая речь – взволнованность или обеспокоенность; медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи;

3) выразительные качества голоса: характерные специфические звуки, возникающие при общении: смех, хмыканье, плач, шепот, вздохи и др.; разделительные звуки – это кашель; нулевые звуки – паузы, а также звуки назализации – «хм-хм», «э-э-э» и др.

Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для непосредственного наблюдения индивидуально-психологических и социально-психологических характеристик личности. На основе невербального поведения раскрывается внутренний мир личности, осуществляется формирование психического содержания общения и совместной деятельности. Люди довольно быстро научаются приспособлять свое вербальное поведение к изменяющимся обстоятельствам, но язык тела оказывается менее пластичным.

Психологи утверждают, что передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7 %, звуковых средств (включая тон голоса, интонации звука) – на 38 %, а за счет невербальных средств – на 55 %.

К невербальным средствам общения относятся движения мышц лица (мимика); жестовые движения отдельных частей тела; моторика всего тела: позы, осанка, походка; прикосновения в ситуации общения: рукопожатие, поцелуи, дотрагивание, поглаживание, отталкивание и пр.; расположение людей в пространстве при общении.

Особая роль в передаче информации отводится мимике – движениям мышц лица. Мимику называют зеркалом души. Общаясь,

люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если мимика отсутствует. Исследования показали, что при неподвижном или невидимом лице лектора теряется до 10-15% информации.

Все люди независимо от национальности и культуры, в которой они выросли, достаточно точно понимают мимическое выражение шести основных эмоций (гнев, радость, страх, страдание, удивление и отвращение). Основную информативную нагрузку несут брови и губы.

С мимикой тесно связаны взгляд, или визуальный контакт. Визуальный контакт свидетельствует о расположенности к общению. Можно сказать, что если на нас смотрят мало, то мы имеем все основания полагать, что к нам или к тому, что мы говорим и делаем, относятся плохо, а если слишком много, то это либо род вызова нам, либо хорошее к нам отношение.

Если человек хочет скрыть свои чувства или передаёт заведомо ложную информацию, лицо становится малоинформационным, а тело – главным источником информации для партнёра, поскольку мимика сознательно контролируется во много раз лучше, чем движения тела.

Поза – это положение человеческого тела, типичное для данной культуры. Поза наглядно показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Лица с более высоким статусом принимают более непринуждённые позы, чем их подчинённые. Посредством поз люди выражают доверие, согласие, доброжелательность или же недоверие, несогласие, противодействия. Есть позы раздумья, критической оценки, вызова. Также легко, как и поза, может быть понято и значение жестов.

Эмоциональное состояние человека распознаётся по походке: самая тяжёлая – при гневе, самая лёгкая – при радости, вялая – при страданиях, самая большая длина шага – при гордости.

Важную роль в процессе общения играют динамические прикосновения: рукопожатия, похлопывания, поцелуи. Они являются биологически необходимой формой стимуляции, а не просто сентиментальной деталью человеческого общения. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами, среди которых особую силу имеют статус партнёров, возраст, пол, степень их знакомства. Рукопожатия, например, делятся на три типа: доминирующее (рука сверху, ладонь развёрнута вниз), покорное (рука снизу, ладонь развёрнута вверх) и

равноправное. Похлопывание по плечу возможно при условии близких отношений, равенства статуса общающихся.

Динамические прикосновения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют в общении функцию индикатора статусно-ролевых отношений. Неадекватное использование их личностью может привести к конфликтам в общении.

Общение всегда пространственно организовано. Это значит, что дистанция между людьми является показателем характера их отношений. У людей есть потребность в личном пространстве – до 46 см радиусом (интимная зона). В неё допускают детей, супругов, родителей, то есть только близких. В ней есть сверхинтимная зона – радиусом 15 см. Человек болезненно реагирует на проникновение в свои зоны.

Как бы ни были важны чувства, эмоции, отношения людей, но деловое общение предполагает не только и не столько передачу эмоциональных состояний, сколько передачу информации. Содержание информации передается при помощи языка. Язык – система слов, выражений и правил их соединения в осмысленные высказывания, используемые для общения. Слова и правила их употребления едины для всех говорящих на данном языке, это и делает возможным общение при помощи языка. Но объективное значение слова преломляется для человека через призму его собственной деятельности и образует уже свой личностный, «субъективный» смысл. В результате частично искажается смысл информации, частично происходит ее потеря – поэтому не всегда мы правильно понимаем друг друга.

Понимание постоянно корректируется, поскольку общение – это не просто передача информации (знаний, указаний, приказаний, деловых сообщений и т. п.), а обмен информацией, предполагающий обратную связь.

Отправитель информации в своем сообщении отражает существо дела, делового вопроса, который надо решить, но это существо дела можно высказать по-разному, с помощью специфических слов, специфического построения фразы, т. е. различным содержанием сообщения, выражая определенное эмоциональное отношение к данной деловой проблеме, свой личностный смысл, предлагая свои подходы к ее решению. Таким образом, в каждом сообщении есть 4 стороны: существо дела, содержание сообщения, личностное отношение и обмен

информацией. Эффективной коммуникация будет тогда, когда получатель сообщения правильно расшифрует все четыре его стороны. Если же получатель не способен расшифровать все стороны сообщения или реагирует не на ту его сторону, то возникает непонимание.

Большинство конфликтов возникает при неправильной расшифровке отношения, которое преимущественно передается невербальными средствами: мимикой, жестами, интонацией. Часто воспринимают не существо дела, а отношение, и реагируют именно на него.

Высказывания без ориентации на собеседника носят форму монолога. Сумма потерь информации при монологическом общении может достигать 50 %, а в некоторых случаях – и 80 % от объема исходной информации.

Наиболее эффективной формой общения является диалог, эффективность которого максимальна при синтонической модели общения.

*Синтоническая модель общения.* Название «синтоническая» образовано от слова «синтония», что означает: «Быть в гармонии с собой и другими». Синтоническая модель общения рассматривает общение как результат сложного взаимодействия процессов восприятия и мышления. Процесс общения начинается с восприятия, именно с его помощью человек устанавливает контакт с миром и людьми. Синтоническая модель общения строится на идее о том, что у каждого человека есть своя «любимая дверь восприятия» — та репрезентативная система, которой он доверяет больше, чем другим. Например, если ваша любимая система визуальна (зрительная), то вы воспринимаете и храните в памяти мир в «картинках». Установлено, что ведущая репрезентативная система внешне проявляется в движениях глаз, выборе слов, используемых в общении, в особенностях дыхания и даже позы. Если вы знаете, какую репрезентативную систему предпочитает ваш партнер по общению, вы можете использовать слова, соответствующие его «любимой» модели восприятия. Люди с визуальной моделью восприятия легко понимают одни слова, с аудиальной (слуховой) и кинестетической другие. Если вы будете правильно выбирать и использовать слова, в соответствии с ведущей репрезентативной системой собеседника, вас сочтут человеком, с которым приятно общаться, с которым легко установить контакт и взаимопонимание.

Синтоническая модель выделяет основные умения общения: определение желаемых целей, сенсорная острота, гибкость, конгруэнтность, раппорт, ресурсное состояние.

*Определение желаемых результатов.* Общение без результата – как путешествие без цели. Результат – это то, что вы хотите увидеть, услышать и почувствовать. Если вы добиваетесь результатов во вред интересам других, манипулируете людьми, то окружающие будут препятствовать вашему успеху открыто или тайно. Тех, кто манипулирует другими, обычно ждет встреча с четырьмя «драконами»: обидой, обвинением, угрызениями совести и мстью.

*Сенсорная острота.* У каждого человека есть сенсорное чутье, которое помогает ему видеть, слышать, чувствовать изменения в поведении партнера по общению. Сенсорное чутье может подсказать, что сделан неправильный шаг, или, что надо немного отступить, чтобы достигнуть цели. Сенсорная острота помогает заметить мельчайшие изменения в поведении собеседника: ведь внутренние мысли и эмоции человека проявляются через внешнее поведение (позы тела, покачивания, наклоны головы, движения плеч, жестикуляция рук). Бессознательные видимые реакции ценны, так как они не подвластны сознательному контролю человека и поэтому содержат истинную информацию.

*Гибкость.* Процесс общения во многом зависит от гибкости собеседников – способности изменять свое поведение в зависимости от обстоятельств, реагировать на поведение партнера, чтобы добиться взаимопонимания и достижения своих целей. *Конгруэнтность.* Слово «конгруэнтность» в переводе с латинского означает «встретиться и прийти к соглашению». Человеческая личность противоречива: сознательно мы можем хотеть одного, а подсознательно – совсем другого; думаем одно, но вынуждены говорить или делать иное. Если все части личности действуют согласованно – мы конгруэнтны. Если мы говорим одно, делаем другое, а желаем совсем третьего, то мы не конгруэнтны и наше состояние заметно для окружающих людей. Если части нашей личности не решили еще, что нам действительно нужно, если есть какие-либо противоречия и несогласия по поводу способов достижения результатов, мы можем сказать «да», но при этом произвольно отрицательно качнем головой, а серьезная фраза может неожиданно закончиться коротким смешком. Все это видят люди, с которыми мы общаемся, и такое поведение вызывает замешательство,

сомнение, недоверие к нам. В итоге шансы на успешное достижение результата уменьшаются.

Достижение раппорта («отзеркаливание») – это способ синхронизации собеседников, так как внешнее соответствие подчеркивает сходство и смягчает различия, в результате взаимное понимание между людьми усиливается. Установив раппорт с собеседником, можно незаметно для него постепенно «повести» его дыханием, позой, темпом голоса за собой, подведя его с помощью этих невербальных средств и наличия убедительной словесно-логической аргументации к желаемому решению, результату.

Ресурсное состояние – это оптимальное внутреннее состояние человека. Оно основано на воспоминаниях о когда-то успешно выполненной работе, приятных состояниях внутренней гармонии, уверенности. Ресурсное состояние может быть использовано для эффективного общения, достижения намеченных результатов в любой момент в случае необходимости.

Деловая беседа. Распространённой формой делового общения является беседа. Деловая беседа – это разговор, целью которого является решение важных вопросов, рассмотрение предложений о сотрудничестве, подписание сделок купли-продажи и т.д.

Деловые беседы можно разделить на две большие группы: свободные (проходят без специальной подготовки, например, собрание коллег по работе) и регламентированные (тщательно продуманные, с обязательным учетом временным рамок).

В зависимости от цели, которую преследует деловая беседа, выделяют следующие виды: встреча руководителя с потенциальным сотрудником, беседа руководителя с одним из сотрудников с целью разрешения определенных вопросов, беседа партнеров с целью налаживания будущего сотрудничества, беседа коллег по поводу решения производственных вопросов.

Для того, кто собирается проводить деловую беседу, нужно подготовиться к ней, чтобы получить максимальный результат. Заранее нужно подумать о том, какие вопросы лучше всего поднять во время беседы, возможно, записать их, чтобы не забыть обсудить. Во время подготовки нужно продумать весь разговор от начала до конца, для чего нужно знать структуру деловой беседы.

Любая деловая беседа состоит из 5 основных этапов.

1. Начало беседы. На этом этапе с собеседником нужно установить доверительный контакт, привлечь его внимание, пробудить желание

выслушать всю информацию до конца. Существует большое количество различных способов начать деловую беседу. Например, метод снятия напряжения состоит в том, что собеседнику достаточно сказать пару теплых слов или рассказать шутку, которая смягчит напряженную обстановку. Можно использовать метод «зацепки»: кратко изложить проблему или ситуацию, которая неразрывно связана с самой беседой. Это может быть небольшое событие, анекдотичный случай или вопрос с «хитринкой». Для деловой беседы подойдет и метод прямого подхода, когда разговор начинается без каких-либо отступлений. Задача этого метода поведать вкратце собеседнику о причине встрече, а затем быстро перейти к самой теме беседы.

2. Передача информации. На этом этапе происходит передача запланированной информации, а также выявление целей и мотивов собеседника, проверка и анализ его позиции. Изложение информации не должно растягиваться на долгое время, иначе собеседнику станет скучно, и он может решить прекратить беседу.

3. Аргументирование. Это способ обоснования выдвигаемых положений и убеждение собеседника в важности принимаемого решения. Здесь важно вести аргументацию корректно по отношению к собеседнику, выслушивать его позицию и признавать его правоту, даже если это приведет не к тем последствиям, которые ожидалось. Не вступать с собеседником в спор, выражаться четко и понятно, избегая употребления сложных формулировок и терминов.

4. Ответы на вопросы, опровержение доводов собеседника. Это этап нейтрализации замечаний собеседника. Здесь нужно провести анализ замечаний, выбрать тактику и способ их опровержения, понять сущность разногласий, при необходимости изменить формулировку предложения или наметить другие подходы к решению вопроса.

5. Принятие решение (заключение). На этом этапе важно подытожить все положения и аргументы, которые был признаны и одобрены собеседником, озвучить вариант консенсуса по решению проблемы, закрепить достигнутые договорённости в устной или письменной форме. Завершают беседу этикетные формулы прощания, часто сопровождающиеся выражением удовлетворения беседой, благодарности и словами-напутствиями перед уходом.

В интересах дела в ходе беседы следует придерживаться ряда основополагающих принципов, образующих кодекс делового общения:

- 1) принцип кооперативности – «твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора»;
- 2) принцип достаточности информации – «говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент»;
- 3) принцип качества информации – «не лги»;
- 4) принцип целесообразности – «не отклоняйся от темы, сумей найти решение»;
- 5) «выражай мысль ясно и убедительно для собеседника»;
- 6) «умей слушать и понять нужную мысль»;
- 7) «умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела».

### *Вопросы для самостоятельной работы.*

Механизмы психологического воздействия: внушение, заражение, убеждение. Убеждающие воздействия: формирование и изменение установок, мнения. Средства и приёмы психологического воздействия.

Скрытое управление партнёрами. Защита от манипулирования.

## Тема 5. ПОЛЕМИКА, ЕЕ СУЩНОСТЬ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ

Огромная доля наших суждений предполагает активную мыслительную деятельность, протекающую в режиме спора (дискуссии, полемики) в самых разных сферах человеческой жизнедеятельности: в политике, бизнесе, науке, между поколениями, представителями разных культур и т.д. Это обстоятельство обусловлено неоднозначной, противоречивой природой мира, самого человека, спецификой физиологического, психического и социокультурного восприятия и осмысления действительности разными личностями. Умение компетентно и плодотворно обсуждать жизненно важные проблемы, доказывать и убеждать, аргументировано отстаивать свою точку зрения и опровергать мнение оппонента – это полемическое мастерство, которое должно быть обязательным качеством каждого образованного человека.

*Сущность и виды полемики.* Полемика – это вид общения, происходящий в форме интеллектуального поединка, когда каждый из участников обосновывает и аргументирует собственные положения наряду с критикой и опровержениями утверждений соперника.

Близкими по смыслу, но не тождественными понятиями являются спор, дискуссия, диспут, дебаты, прения.

К примеру, спор – это такая полемика, которая характеризуется не слишком четкой зафиксированностью темы и нарушением регламента диалога, дискуссия – это тематическая и корректная по форме полемика, диспут – публичный спор на научную и общественно важную тему. Словами «дебаты», «прения», как правило, именуют споры, которые возникают при обсуждении докладов, сообщений, выступлений на собраниях, заседаниях, конференциях и т.п.

Полемика – это не просто спор, а такой, при котором имеется конфронтация, противостояние, противоборство сторон, идей и речей. Из данного определения следует, что полемика отличается от дискуссии или диспута именно своей целевой направленностью. Участники дискуссии, диспута, высказывая противоречивые суждения, обмениваются информацией и совместными усилиями обосновывают общее положение. Цель полемики иная: надо одержать победу над противником, отстоять и утвердить собственную позицию.

Выделяют три вида полемики, разграничивая их по цели общения. Первый вид – познавательная полемика, ориентированная на достижение истины. Второй вид – деловая полемика (дипломатическая, коммерческая, процессуальная и др.), направленная на достижение и фиксацию некоторого определенного, социально значимого результата. Таким результатом может быть коммюнике, договор, акт экспертизы, протокол совещания, соглашение, приговор. Третий вид – игровой (спортивный) тип полемики. Для него характерно, что на первый план выступают личностные мотивы. Такая полемика подобна спортивному поединку, где достижение субъективных целей оказывается важнее истины и согласия.

Полемика выполняет социально значимые функции – она является средством поиска и разъяснения истины, обоснования и защиты позиции, разрешения противоречий, вскрытия и преодоления недостатков в работе, выработки новых взглядов.

Полемическое мастерство включает в себя знание предмета спора и его разновидностей, соблюдение основных требований культуры спора, умение доказывать выдвинутое положение и опровергать мнение оппонента, использование полемических приемов, умение противостоять уловкам противника:

1. Успешный спор требует правильного выбора оппонента: следует избегать споров с глупцами, демагогами.

2. Poleмика будет успешной лишь в том случае, если четко определен её предмет – это те положения, суждения, которые подлежат обсуждению путем обмена различными точками зрения, сопоставления мнений. Чтобы полемика не превратилась в пустую говорильню, полемисты должны хорошо знать предмет спора, разбираться в поставленных задачах, тонкостях дела, быть эрудированными и компетентными. Важно также не терять предмета спора в пылу полемических рассуждений.

3. Необходимым условием эффективности полемики является определенность позиций, взглядов его участников. Если в ходе обсуждения спорной проблемы точка зрения оппонента выражена нечетко, с ним трудно вести полемику.

4. При обсуждении того или иного вопроса приходится пользоваться различными понятиями и терминами, необходимыми для раскрытия существа рассматриваемой проблемы. Чтобы все участники дискуссии, полемики одинаково понимали употребляемые слова, целесообразно в начале спора уточнить значение основных понятий и терминов, или, по крайней мере, оговорить различный смысл, который каждый из участников вкладывает в одни и те же слова, обозначающие понятия.

5. Полемист должен относиться с уважением к своему оппоненту, его убеждениям и верованиям, если они искренни. Опровергать их можно логическими аргументами самым решительным образом, но не оскорбляя чужих убеждений насмешками, резкими словами, издевательством. Уважение к чужим убеждениям не только признак уважения к чужой личности, но и признак широкого и развитого ума.

6. Необходимо сохранять выдержку и самообладание в споре. Наблюдения показывают, что из двух полемистов, равных друг другу во всех прочих отношениях, победителем оказывается тот, у кого больше выдержки и самообладания.

7. Участникам полемики следует подбирать убедительные аргументы для обоснования своей позиции и опровержения позиции оппонента. Полемисту не следует забывать, что дело не в количестве приводимых доводов, а в их качестве.

Основными элементами полемики являются доказательство и опровержение. Доказательство – логический приём, обосновывающий

истинность некоторого положения на основании утверждений, истинность которых установлена ранее. Структура доказательства состоит из тезиса – положения, истинность которого требуется доказать; аргументов – истинных суждений, которыми пользуются при доказательстве тезиса (удостоверенные единичные факты, аксиомы, законы науки, статистические данные и др.); демонстрации – способа логической связи между тезисом и аргументами, то есть формы доказательства («неубедительное доказательство», «строгое, корректное доказательство»).

Доказательства делятся на прямые и косвенные. В прямом доказательстве истинность тезиса непосредственно вытекает из аргументов. Косвенные доказательства делятся на апагогические и разделительные. В апагогическом доказательстве обосновывается ложность суждения, противоречащего тезису, то есть антитезиса (доказательство «от противного»). Разделительное доказательство осуществляется методом исключения возможных альтернатив (например, сужение круга подозреваемых в совершении преступления путём установления их алиби).

Если доказательство – это процесс обоснования истины, то опровержение – это процесс обоснования ложности или необоснованности тезиса. Как и доказательство, опровержение состоит из тезиса, аргументов и демонстрации. Поскольку опровержение направлено на разрушение ранее состоявшегося доказательства, оно может быть выполнено тремя способами: опровержением тезиса, опровержением аргументов, опровержением демонстрации.

Существует три способа опровержения тезиса. Самый верный способ опровержения – опровержение фактами (прямой способ). Второй способ – «сведение к абсурду» - заключается в том, что опровергаемый тезис условно признаётся истинным и из него выводятся следствия. Если они окажутся ложными, то ложным будет и опровергаемый тезис. Третий способ – опровержение от противного – осуществляется путём доказательства антитезиса.

Способ опровержения аргументов сводится к установлению их ложности или сомнительности. Если оппонент покажет сомнительность аргументов, то человек, выдвигающий тезис, должен либо подтвердить свои аргументы, либо отказаться от них.

Способ опровержения демонстрации заключается в том, что выявляется логическая несостоятельность выведения тезиса из

аргументов. Надо учитывать, что из ложности аргументов и несостоятельности демонстрации не следует ложность тезиса. Просто он остаётся недоказанным и нуждается в новом подтверждении. Опытные полемисты, чтобы защитить свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента используют в споре одновременно несколько способов опровержения.

Эффективным средством считается применение юмора, иронии, сарказма. Они являются обязательными психологическими элементами публичного выступления. Ироническое или шутливое замечание может смутить оппонента, поставить его в затруднительное положение, а порой даже разрушить тщательно построенное доказательство. Эти средства усиливают тон речи, ее эмоциональное воздействие на слушателей, помогают разрядить напряженную обстановку, помогают полемистам добиться успеха в споре.

Очень важно при ведении полемики избегать логических ошибок. Логические ошибки могут быть преднамеренные и непреднамеренные. Логические ошибки по отношению к тезису:

- 1) выдвижение неопределённого, неясного, неточного тезиса;
- 2) частичная или полная подмена тезиса. Иногда вместо обсуждения тезиса начинают оценивать достоинства и недостатки человека, его выдвинувшего. Такой прием называется «довод к человеку». Он оказывает сильное психологическое воздействие. Этот метод применяется только в сочетании с другими обоснованными аргументами, как самостоятельное доказательство считается логической ошибкой.

Логические ошибки по отношению к аргументам:

- 1) принятие за истину ложного аргумента;
- 2) выдвижение аргументов, противоречащих друг другу;
- 3) слишком поспешное доказательство, аргументов недостаточно для данного тезиса;
- 4) «круг в доказательстве», при котором тезис обосновывается аргументами, которые, в свою очередь, обосновываются тезисом.

Логические ошибки по отношению к демонстрации:

- 1) нарушение правил умозаключений (неоправданный логический переход от более узкой области к более широкой, от сказанного с условием к сказанному безусловно, от сказанного в определённом отношении к сказанному безотносительно к чему бы то ни было);

2) аргумент к силе (невежественные или аморальные полемисты когда понимают, что ситуация складывается не в их пользу, апеллируют к «власти», которая должна зажать рот противнику);

3) аргумент к выгоде;

4) аргумент к здравому смыслу и др.

Логические ошибки в рассуждениях участников спора, независимо от того, какова их причина, являются ли они преднамеренными или ненамеренными, осложняют ведение диалога, мешают поиску истины, принятию правильного решения. Поэтому полемисты должны стараться свести их к минимуму в своей речи, уметь найти логические ошибки в рассуждениях оппонентов, разоблачить логические ухищрения противников. Чтобы овладеть полемическим мастерством, нужно много работать над собой, заниматься самообразованием в самом широком смысле этого слова. Ведь полемист должен быть, прежде всего, человеком эрудированным, компетентным. Он должен отличаться высокой общей культурой и разнообразными интересами.

*Вопросы для самостоятельной работы.*

Защита от некорректных собеседников. Технические и психологические уловки в споре. Типология оппонентов (визуалы, аудиалы, кинестетики и др.) и приёмы воздействия на них.

## Тема 6. ОРГАНИЗАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ ФОРМ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Известно, что значительное количество плодотворных идей возникает при контакте мнений, что, по-видимому, объясняет распространённость такой коллективной формы поиска решений как совещание. Совещание – это заседание группы заинтересованных людей, посвящённое открытому коллективному обсуждению одного или нескольких вопросов.

Подготовка к проведению совещания включает:

1) обоснование необходимости проведения совещания и принятие решения о проведении совещания;

2) определение тематики и формирование повестки дня;

- 3) определение задач совещания и его общей продолжительности, даты и места проведения, состава участников, примерного регламента работы;
- 4) подготовку руководителя;
- 5) подготовку доклада и проекта решения;
- 6) предварительную подготовку участников и помещения, организацию проезда, размещения и питания участников.

Необходимо заблаговременно оповестить участников совещания о его проведении и повестке дня, чтобы их выступления были подготовлены заранее. Начинать совещание следует точно в назначенное время, не ожидая опаздывающих, – это знак уважения к присутствующим. С его участниками сразу же необходимо согласовать правила совместной работы, например, об ограничении времени выступлений и о порядке принятия решений. Одному из участников следует поручить ведение протокола. Оптимальная продолжительность совещания – час-полтора. После 90 минут работы внимание и интерес к обсуждаемым проблемам пропадают. Если время совещания затягивается, значит, оно плохо подготовлено.

Совещания следует проводить в одни и те же дни, в одно и то же время, в одном и том же помещении – сформировавшаяся привычка предотвратит случаи забывания о нём. Наилучшие дни для проведения совещаний – среда-четверг, так как недельная кривая работоспособности имеет заметный спад в понедельник и пятницу. Установленный день совещания позволит сотрудникам правильно спланировать своё рабочее время и надлежащим образом подготовиться к нему. Помещение должно быть комфортным для аудитории (соответствовать количеству участников, иметь необходимое освещение, температурный режим, проветриваемость, возможность записать необходимую информацию и т.д.). Заканчивать совещание нужно также вовремя.

В зависимости от поставленных целей руководитель совещания обычно выбирает один из двух основных стилей его ведения: дискуссионный или авторитарный. Дискуссионное совещание проходит в процессе свободного обмена мнениями, а решение принимается общим голосованием с последующим утверждением руководителем. При авторитарном стиле проведения совещания нет дискуссий, руководитель сообщает новую информацию, например, распоряжение вышестоящей организации или своё решение по какому-либо вопросу, не допускает возражений, не ищет поддержки,

не добивается общего согласия. Он может поочередно задавать вопросы участникам и выслушивать их ответы, не допуская возникновения прений, или организует прения, но разрешает в них участвовать тем или иным подчинённым по своему усмотрению.

По основной задаче совещания могут подразделяться на проблемные, инструктивные и оперативные. Проблемное совещание даёт возможность руководителю найти решение проблемы методом её коллективного обсуждения. Инструктивное совещание организуется для информирования подчинённых руководителем о решениях вышестоящих органов и распределении поручений по их реализации. Оперативное совещание проводится для того, чтобы получить информацию от подчинённых о текущем состоянии дел в организации.

Чтобы не сбивать сотрудников с ритма, совещания целесообразно проводить во второй половине дня, продолжительность его не должна превышать двух часов. Порядок выступлений должен быть такой, чтобы очередность была обратной авторитету и положению выступающего. Руководитель должен регулировать направленность выступлений и соблюдение регламента. По ходу совещания секретарь или кто-то из присутствующих должен вести протокол, в котором следует зафиксировать основное содержание выступлений, формулировку принятых решений, ответственных за их исполнение и сроки исполнения. На основании этого официального документа руководство вправе требовать от сотрудников принятых решений.

Переговоры. Современные средства связи позволяют решать многие деловые вопросы, не встречаясь со своими партнерами. Но они эффективны только тогда, когда уже достигнуто взаимопонимание и согласованы основные условия сотрудничества. В решении принципиальных вопросов главную роль играют личные контакты. Они могут осуществляться в разнообразных формах: от неофициальных встреч до официальных переговоров с заранее подготовленной повесткой дня. Успех личных контактов зависит от того, удалось ли достигнуть взаимопонимания, а это требует тщательной подготовки любой встречи, даже если она носит неофициальный характер.

План переговоров должен содержать:

- 1) место, дату и время встречи;
- 2) состав участников;

- 3) вопросы для обсуждения;
- 4) альтернативы на случай контрпредложений;
- 5) ответственного за подготовку справочных материалов;
- 6) ответственного за встречу и проводы представителей;
- 7) ответственного за организацию угощения в ходе переговоров;

Любые переговоры должны быть ограничены по времени. Крайне неблагоприятное впечатление оставляют нелимитированные по продолжительности переговоры. Они свидетельствуют о неподготовленности и формальном отношении к ним инициатора переговоров, о его профессиональной неподготовленности и неспособности принимать ответственные решения, о неуважении к своему партнеру.

Переговоры следует проводить в отдельном помещении. Участники переговоров от принимающей стороны должны занять место в комнате переговоров до прихода туда представителей другой стороны. Принимающий должен представить своих коллег по фамилиям и занимаемым должностям, включая и приглашенных на переговоры представителей других организаций. Затем представляет своих коллег руководитель другой стороны. Если участники переговоров не очень хорошо знают друг друга или встречаются впервые, то следует предварительно обменяться визитными карточками. Положив карточки перед собой в том порядке, в котором сидят партнеры по переговорам, легко вести беседу, обращаться друг к другу по имени, при этом хорошо представляя себе уровень полномочий и компетентности собеседников.

Руководители сторон обычно садятся рядом, остальные участники встречи – по симпатиям или по принципу субординации. После того как все займут свои места за столом переговоров, доступ в комнату встречи должен быть прекращен, за исключением дополнительно приглашаемых. Присутствие на переговорах анонимных свидетелей воспринимается с предубеждением, вызывает тревожное беспокойство, не способствующее откровенному деловому разговору.

Переговоры не всегда проводятся в служебных помещениях. Встречи с деловыми партнерами, носящий неофициальный характер, возможны в кафе, на спортивном мероприятии, пикнике и т.д.

Независимо от важности переговоров, начинаться они должны с неофициальных фраз, подчеркивающих внимание принимающего к собеседникам, его личную благожелательную заинтересованность в

них. Эффективность беседы зависят от стиля ее проведения, содержания вопросов, очередности и правильности их постановки. Хотя в переговорах с обеих сторон могут принимать участие несколько человек, как правило, беседа должна вестись между руководителями. Недопустимо, если во время переговоров ведущего перебивают его коллеги. Конечно, он может предоставить слово одному из них, особенно по специфическим проблемам, но в большинстве случаев всю тяжесть беседы по всему кругу обсуждаемых проблем ведущий должен брать на себя.

Начинать переговоры следует с наиболее важных вопросов повестки дня, пытаясь постепенно достигнуть согласия по принципиальным вопросам. Затем обсуждаются проблемы, по которым можно договориться сравнительно легко и без особых затрат времени.

Некоторые принципы тактики ведения переговоров:

- 1) доходчиво, чётко и конкретно объясняйте свои предложения;
- 2) руководствуйтесь общими интересами, объясняйте взаимную выгоду, будьте способны пойти на компромисс;
- 3) будьте реалистичны, не обещайте ничего невозможного, отклоняйте невыполнимые требования;
- 4) вычислите психотип оппонента и подстройтесь под него, подберите соответствующий стиль и аргументацию переговоров;
- 5) не идите на прямую конфронтацию, ведите себя эмоционально сдержанно;
- 6) не принимайте решения под нажимом, берите паузу, тяните время;
- 7) записывайте все, с чем вы соглашаетесь и что вы обещаете.

Участие в телепередаче. Телевыступление – это обращение к большой аудитории. К участию в телепередаче нужно готовиться, узнать тему, вопросы телеведущего, которые он предполагает задать, собрать и упорядочить необходимую информацию, чтобы выглядеть компетентным в обсуждаемой теме. При предоставлении слова говорить нужно чётко, логично, по существу обсуждаемого вопроса, не отвлекаться от темы. Хорошее впечатление производят яркость, образность речи, уместная шутка.

На телевидении важно правильно располагать себя в пространстве. Необходимо следить за постановкой ног, держать спину прямо, посадка должна быть чуть-чуть вполоборота, чтобы оставлять пространство сзади и не делаться плоским, жестикулировать следует

в меру. Особое значение имеет мимика, выражение глаз, так как камера всё высвечивает крупным планом: растерянность, страх и т.п. Ключ к успеху телевыступления – контролируемая расслабленность, естественность. Продумать нужно также одежду и причёску.

*Вопросы для самостоятельной работы.*

Национальные стили ведения переговоров.

Организация и проведение собраний коллектива.

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации – зачет.

Вопросы к зачету

1. Понятие профессиональной деятельности, её социальное и личностное значение.
2. Специфика юридической профессиональной деятельности.
3. Сущность и слагаемые профессиональной культуры.
4. Культура управления в системе профессиональной культуры.
5. Типология личностей.
6. Специфика и виды делового общения.
7. Этические нормы делового общения.
8. Основные принципы служебного этикета.
9. Правила служебного этикета. Приветствие. Представление. Обращение.
10. Правила общения по телефону.
11. Правила деловой переписки.
12. Имидж. Структурные элементы имиджа делового человека.
13. Создание имиджа фирмы как часть культуры деловых отношений.
14. Особенности поведения делового человека в различных странах и регионах.
15. Ораторское мастерство. Подготовка и техника выступления.
16. Вербальная коммуникация и ее роль в служебном общении.
17. Невербальная коммуникация в деловом общении.
18. Восприятие и понимание в общении. Ошибки восприятия.
19. Синтоническая модель общения.
20. Беседа как форма делового общения. Кодекс делового общения.
21. Сущность и виды полемики. Слагаемые полемического мастерства.

22. Структура и виды доказательства и опровержения. Логические ошибки в ходе полемики.
23. Подготовка и проведение делового совещания.
24. Подготовка и проведение переговоров, других коллективных форм делового общения.
25. Культура личности как система. Технологии самосовершенствования личности.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Основная литература

- 1 Авдеев, В.В. Управление персоналом: технология формирования команды: учеб. пособие для вузов / В.В. Авдеев. - М. : Финансы и статистика, 2002. - 543 с.
- 2 Аминов, И.И. Психология делового общения : учеб. пособие для вузов / И.И. Аминов. - М. : Омега-Л, 2011. - 304 с.
- 3 Богомолова, М.Н. Технологии делового общения государственных служащих: учеб. пособие для вузов / М.Н. Богомолова, И.Ю. Васильева, Л.В. Комарова. - М. : РАГС, 2010. - 158 с.
- 4 Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Г.В. Бороздина. - Электрон. дан. и прогр. - М. : ИНФРА-М, 2004.
- 5 Вечер, Л.С. Секреты делового общения / Л.С. Вечер. - Мн. : Выш. шк., 1996. - 367 с.
- 6 Кабаченко, Т.С. Психология управления : учеб. пособие / Т.С. Кабаченко. - М. : Педагогическое об-во России, 2000. - 384 с.
- 7 Кремень, М.А. Практическая психология управления: пособие для студ. / М.А. Кремень. - Мн. : ТетраСистемс, 2011. - 400 с.
- 8 Кузнецов, И.Н. Технология делового общения / И.Н. Кузнецов. - М. : МарТ, 2004. - 128 с.
- 9 Кукушин, В.С. Психология делового общения : учеб. пособие для вузов / В.С. Кукушин. - Ростов н/Д : МарТ, 2010. - 364 с.
- 10 Лаундес, Л. Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технология эффективных коммуникаций / Лейл Лаундес. - М. : Добрая книга, 2005. - 400 с.

- 11 Мальханова, И.А. Деловое общение : учеб. пособие для вузов / И.А. Мальханова. - М. : Академический Проект, 2002. - 224 с.
- 12 Обозов, Н.Н. Психология работы с людьми : советы руководителю : учеб. пособие / Н.Н. Обозов, Г.В. Щекин. - Киев: МАУП, 2004. - 228 с.
- 13 Психология и этика делового общения : учеб. для вузов / под ред. В.Н. Лавриненко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 326 с.
- 14 Райзберг, Б.А. Психология в экономике и управлении : учеб.-метод. пособие / Б.А. Райзберг. - М. : Моск. психолого-соц. ин-т, 2005. - 552 с.
- 15 Семенов, А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учеб. пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. - М. : Дашков и К, 2008. - 276 с.
- 16 Фомин, Ю.А. Психология делового общения / Ю.А. Фомин. – Мн.: Амалфея, 2003. – 448 с.

#### Дополнительная литература

- 1 Браун, Л. Имидж - путь к успеху / Л. Браун. - СПб.: Питер, 2000. - 192 с.
- 2 Зигерт, В. Руководитель без конфликтов : пер. с нем. / В. Зигерт, Л. Ланг. - М. : Экономика, 1990. - 334 с.
- 3 Курбатов, В.И. Как успешно провести переговоры : (пособие для деловых людей) / В.И. Курбатов. - Ростов н/Д : Феникс, 1997. – 256 с.
- 4 Ладанов, И.Д. Практический менеджмент: (психотехника управления и самотренировки) / И.Д. Ладанов. - М. : Элник, 1995. - 492 с.
- 5 Мартин, Дэвид М. Трудный разговор. Как справляться с затруднительными ситуациями / Д.М. Мартин ; пер. с англ. Т.А.Сиваковой. - Мн. : Амалфея, 1996. - 224 с.
- 6 Пелих, А.С. Имидж делового человека / А.С. Пелих, Т.Г. Кизалова, А.Г. Пронченко. - М. : ПРИОР, 1997. - 112 с.
- 7 Поведение руководителя : практ. пособие / авт.-сост. Л.С. Вечер. - Мн. : Новое знание, 2000. - 208 с.
- 8 Познай себя и других: популярные тесты. - М.: Маркетинг, 1996. - 398 с.

9 Потеряхин, А.Л. Психология управления. Основы межличностного общения / А.Л. Потеряхин. - Киев : ВИРА-Р, 1999. - 384 с

10 Тайна успеха : деловой бестселлер / сост. В.В. Шарпила ; пер. с англ. А. Гореловой, В. Бабенко. - Мн. : Парадокс, 1995. - 448 с.

11 Хилл, Н. Думай и богатей - 4. Шестнадцать законов успеха / Н. Хилл ; пер. с англ. В.Ф. Рубцова. - М. : Фаир-Пресс, 2000. - 544с.

12 Шейнов, В.П. Искусство убеждать / В.П. Шейнов. - Мн. : Амалфея, 2010. - 464 с

13 Шейнов, В.П. . Как управлять другими. Как управлять собой (искусство менеджера) / В.П. Шейнов. - Мн. : Амалфея, 1996. - 384 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тема 1. Профессиональная культура современного специалиста.....	3
Тема 2. Служебный этикет.....	8
Тема 3. Ораторское мастерство в деловом общении.....	17
Тема 4. Сущность и особенности диалогического общения.....	22
Тема 5. Полемика, ее сущность и социальные функции .....	30
Тема 6. Организация коллективных форм делового общения .....	35
Материалы для итоговой аттестации.....	40
Список рекомендуемых источников.....	41

**Юрис Татьяна Анатольевна**

**КУЛЬТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Пособие**

**для слушателей специальностей переподготовки**

**1-24 01 71 «Правоведение»**

**и 1-24 01 72 «Экономическое право»**

**заочной формы обучения**

Подписано к размещению в электронную библиотеку  
ГГТУ им. П. О. Сухого в качестве электронного  
учебно-методического документа 28.02.20.

Рег. № 98Е.

<http://www.gstu.by>