# Задание для группы **2то-01, 2то-02к. Ребята, вам нужно составить конспект и ответить на вопросы для самопроверки. Готовые работы сдать до 18.05.20г., отправлять на адрес** [rol.nata82g@mail.ru](mailto:rol.nata82g@mail.ru) **Ребята, в шапке своей работы пишите свои ФИО и номер группы.**

# Предмет «Психология общения »

**Лекция № 16. Тема: Психологические особенности ведения деловых дискуссий и публичных выступлений. Аргументация**

1. Деловые дискуссии и публичные выступления

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

Сущность действий в дискуссии состоит в защите или опровержении тезиса.

Выделяют следующие этапы деловой дискуссии:

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

Неэффективная дискуссия часто завершается на этапе выдвижения альтернативных позиций и конфронтации участников, не выходя на уровень совместного решения проблемы.

Для деловой дискуссии очень важен предмет общения и отношение участников к нему. Способность понимать предметные позиции партнеров (т.е. представление о ситуации, о проблеме) и свою собственную предметную позицию - необходимое условие успеха делового общения. В дискуссии велика роль ведущего. Он должен:

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

*Публичное выступление* представляет собой процесс передачи информации, основная цель которого - убедить слушателей в правильности тех или иных положений. Существует довольно много классификаций публичных выступлений. Наиболее целесообразным является подразделение публичных выступлений на виды по их функции, т.е. по цели, которую ставит оратор в своем выступлении. Эту классификацию называют классификацией жанров публичного выступления.

Виды публичных выступлений по цели:

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

При публичном выступлении могут возникать следующие типичные затруднения:

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

Рекомендация человеку, публично защищающему свое мнение, -- лично вести дискуссию в том случае, если он заранее продумает возможные вопросы оппонентов и старается предвидеть сложные ситуации, которые могут возникнуть и смутить его. Сложные ситуации возникают, когда докладчику адресуются:

* 1) наивные вопросы и критика авторитетных людей, не являющихся специалистами в обсуждаемой проблеме (сложность в том, что, опровергая такую критику с помощью азбучных истин, ставишь в неудобное положение маститых оппонентов, которые болезненно реагируют на это);
* 2) ироничные вопросы с «подковыркой» молодых жизнерадостных людей, желающих повеселить аудиторию (ответ возможен либо в духе мягкого юмора, либо серьезным тоном с подчеркиванием недопустимости недооценки важности обсуждаемого вопроса);
* 3) сложные вопросы, затрагивающие малоизвестную докладчику смежную область и заданные с целью «прощупать» эрудицию и находчивость докладчика (лучше ответить: «Нельзя объять необъятное» или «Решение этой задачи не предусматривалось в нашем исследовании»);
* 4) вопросы, на которые докладчик уже отвечал, а также вопросы несуразные и критика тех, кто невнимательно слушал и недопонял суть обсуждаемого дела (здесь важно не впадать в шок от замечаний оппонента, не заявлять ожесточенно: «Я ведь это уже объяснял!», а спокойно и кратко повторить ответ, используя фразу: «Как уже отмечалось...»);
* 5) вопросы-замечания о несоответствии выводов докладчика мнению некоего авторитета, имя которого подчас никому ничего не говорит (может помочь ответ: «По мере того как накапливаются новые факты, многие ранее казавшиеся бесспорными истины, провозглашенные даже авторитетами, пересматриваются»);
* 6) вопросы, принижающие значимость проблемы или полученных результатов (поскольку в такой ситуации задевается самолюбие выступающего, важно не откликнуться эмоциональной вспышкой, а оценив степень провокационного вопроса, ответить заранее продуманной фразой).
* 2. Аргументация

Аргументы различаются по степени воздействия на ум и чувства людей: *сильные, слабые* и *несостоятельные*. Встречные аргументы (контраргументы) имеют ту же градацию.

* **1. Сильные аргументы** - не вызывают критику, их невозможно опровергнуть, разрушить, не принять во внимание. Это прежде всего:
  + · точно установленные и взаимосвязанные факты и суждения;
  + · законы, уставы, руководящие документы и т.д.;
  + · экспериментально проверенные выводы;
  + · заключения экспертов;
  + · цитаты из публичных заявлений, книг признанных авторитетов;
  + · показания свидетелей и очевидцев событий;
  + · статистическая информация.
* **2. Слабые аргументы** - вызывают сомнения оппонентов, клиентов, сотрудников. К таким аргументам относятся:
  + · умозаключения, основанные на двух или более отдельных фактах, связь между которыми неясна без третьего;
  + · уловки и суждения, построенные на алогизмах (алогизм -- прием для разрушения логики мышления, применяется чаще всего в юморе. Например: «Вода? Я пил ее однажды. Она не утоляет жажды»);
  + · ссылки (цитаты) на авторитеты, неизвестные слушателям;
  + · аналогии и непоказательные примеры;
  + · доводы личного характера, вытекающие из обстоятельств или диктуемые побуждением, желанием;
  + · тенденциозно подобранные отступления, афоризмы, изречения;
  + · доводы, версии или обобщения, сделанные на основе догадок, предположений, ощущений;
  + · выводы из неполных статистических данных.
* **3. Несостоятельные аргументы** - позволяют разоблачить, дискредитировать соперника, применившего их. Ими бывают:
  + · суждения на основе подтасованных фактов;
  + · ссылки на сомнительные, непроверенные источники;
  + · потерявшие силу решения;
  + · домыслы, догадки, предположения, измышления;
  + · доводы, рассчитанные на предрассудки, невежество;
  + · выводы, сделанные из фиктивных документов;
  + · выдаваемые авансом посулы и обещания;
  + · ложные заявления и показания;
  + · подлог и фальсификация того, о чем говорится.

Правило, которое помогает убедить собеседника**(правило Гомера): очередность** приводимых аргументов влияет на их убедительность. Наиболее убедителен следующий порядок аргументов: *сильные -- средние -- один самый сильный* (слабыми аргументами лучше не пользоваться, они приносят вред, а не пользу). Сила (слабость) аргументов должна определяться не с точки зрения выступающего, а с точки зрения лица, принимающего решение.

**Вопросы для самопроверки:**

1. Какие этапы деловой дискуссии выделяют?

2. Насколько велика роль ведущего в дискуссии?

3. Какие затруднения могут возникать при публичном выступлении?

4. На основе, каких критериев различают аргументы?