монотонно. Помните, что если к концу фразы интонация идет вверх, слушатель ожидает продолжения разговора.

Одним из важнейших средств может стать умелое использование *пауз*, которые помогают доносить и воспринимать смысл высказывания. Длительность пауз различна и зависит от причины, которой она вызвана. Голос и жест в сочетании с мимикой помогают человеку создать свой образ.

Проксемика занимается нормами пространственной и временно́й организации общения. Выделяют четыре пространственные зоны или дистанции в общении.

1. Интимная (от 0 до 45 см). Из всех дистанций в общении эта самая главная и охраняемая человеком. Проникнуть в эту зону позволяется самым близким людям.

2. Личная (от 45 до 120 см). Это расстояние используется в повседневном общении среди знакомых людей. Данная дистанция обычно разделяет людей, находящихся на приемах или официальных вечерах.

3. Социальная (от 120 до 400 см). Это дистанция официальных встреч с посторонними людьми, людьми, которых мы не очень хорошо знаем (новичок в группе, новый сотрудник в коллективе).

4. Общественная, или публичная (от 400 до 750 см). Данное расстояние используется при общении с большим количеством людей, например лектору на таком расстоянии удобнее передавать информацию, а слушателям — воспринимать.

Интересно, что определяющим фактором расстояния между общающимися являются социально-возрастные различия. Исследователи отмечают, что чем больше разница в возрасте у общающихся людей, тем больше расстояние между ними. Исследования также показали, что между ростом собеседника и дистанцией общения существует связь: чем выше мужчина, тем более он старается приблизиться к собеседнику и наоборот. У женщин прослеживается противоположная зависимость, поэтому специалисты рекомендуют учитывать данную закономерность в общении.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что означает выражение «читать человека»?
2. Какова роль невербального общения в межличностном взаимодействии?
3. Согласны ли вы с утверждением, что жесты следует «читать» в их совокупности и трактовать в контексте их проявлений? Ответ поясните.

4. За счет чего невербальный язык принято считать элементом общей культуры поведения?
5. Почему, по вашему мнению, в процессе общения не рекомендуется использовать большое количество жестов?
6. Можно ли охарактеризовать состояние собеседника по его рукопожатию? Ответ проиллюстрируйте примерами.

Тест «Уровень владения невербальными компонентами в процессе делового общения»[1]

Инструкция: Ответьте на приведенные утверждения. Отвечать можно только «да» или «нет».

1. Собеседники часто обращают мое внимание на то, что я говорю слишком громко или слишком тихо.
2. Во время разговора я порой не знаю, куда деть руки.
3. Я чувствую неловкость в первые минуты знакомства.
4. Почти всегда предстоящее общение с незнакомым человеком вызывает у меня тревогу.
5. Я часто бываю скован в движениях.
6. В течение 10-минутной беседы я не могу обойтись без того, чтобы к чему-либо не прислониться или на что-либо не облокотиться.
7. Я обычно не обращаю внимания на мимику и движения партнера, сосредоточиваясь на его речи.
8. Я стараюсь ограничить круг своего делового общения несколькими хорошо знакомыми мне людьми.
9. При разговоре я часто верчу что-либо в руках.
10. Мне трудно скрыть внезапно возникшие эмоции.
11. Во время деловых бесед я стараюсь полностью исключить мимику и жестикуляцию.

Обработка результатов

Чем меньше утвердительных ответов («да»), тем лучше человек владеет невербальными средствами общения.

Если даны 11 отрицательных ответов («нет»), это не означает, что можно пренебречь невербальными методами. Внимательно наблюдая за собой и собеседниками, можно обнаружить много интересных, информативных моментов, которые ранее ни о чем не говорили и которые теперь способны значительно облегчить вашу профессиональную деятельность.

---

[1] См.: *Морозов А. В.* Деловая психология. — СПб., 2000.

2.8. МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ

Как уже отмечалось, общение не всегда протекает гладко и удачно. В процессе общения мы сталкиваемся с различными преградами, которые связаны с непониманием собеседника. Преграды возникают за счет смысловых барьеров, неодинакового прочтения невербальных символов разными людьми, отсутствия внимания и интереса со стороны партнера по общению, а также в силу плохой обратной связи, которая не позволяет определить, действительно ли ваше сообщение истолковано в том смысле, который вы в него вкладывали.

Успешность делового общения во многом зависит от *умения слушать* собеседника. Слушая, люди, к сожалению, часто не слышат друг друга. Древнегреческий писатель и историк Плутарх отмечал, что нужно научиться слушать, и тогда можно извлечь пользу даже из тех, кто говорит плохо. При кажущейся простоте (многие думают, что слушать означает «помалкивать») слушание — это сложный процесс, который требует навыков культуры общения. Умением парикмахера слушать и слышать посетителей салона красоты во многом определяется успех выполняемого задания.

Специалисты выделяют эффективное и неэффективное слушание. *Неэффективное слушание* не обеспечивает правильного понимания слов, чувств собеседника, понимания обсуждаемой проблемы, а также оно не способствует установлению доверительных отношений между партнерами по общению.

Эффективное слушание способствует пониманию обсуждаемой проблемы и приводит к ее решению. Выделяют два вида эффективного слушания: *нерефлексивное* и *рефлексивное*.

Нерефлексивное слушание — это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника со своими замечаниями и комментариями. Внимательное молчание подразумевает слушание с использованием невербальных средств — кивков, мимических реакций и контакта глаз. Помимо этого используются и речевые приемы: «Угу», «Да-да», «Да, я согласен», «Да, я понимаю» и т. п. Слушание этого вида полезно тогда, когда ваш собеседник проявляет какие-то чувства (например, гнев), хочет обсудить волнующий его вопрос или желает высказать свою точку зрения.

Рефлексивное слушание — это процесс расшифровки смысла сообщений, установление активной обратной связи с говорящим. Оно позволяет устранить преграды, искажения в процессе обще-

ния и помогает понять смысл и содержание высказываний собеседника.

В психологии выделяют четыре основных *приема рефлексивного слушания*.

1. *Выяснение*. Представляет собой прямое обращение к говорящему за уточнениями при помощи фраз, способствующих лучшему пониманию: «Я не понял», «Пожалуйста, уточните это» и т. п.

2. *Отражение чувств*. В этом случае особое внимание обращается на отражение слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вы немного расстроены», «Очевидно, Вы чувствуете...» и т. п. Отражая чувства собеседника, мы показываем ему, что понимаем его состояние. Данный прием предполагает использование механизма восприятия — эмпатии.

3. *Перефразирование*, т. е. собственная формулировка сообщения говорящего для проверки точности понимания. При этом используются фразы: «Если я Вас правильно понял...», «Другими словами, Вы считаете...», «По Вашему мнению...» и т. п. Перефразирование показывает говорящему, что его слушают и понимают. В случае неправильного понимания данный прием помогает вовремя исправить непонимание.

4. *Резюмирование*, т. е. подытоживание основных идей, чувств говорящего. Этот прием уместен при длительных беседах, при завершении разговора. Используют фразы: «Итак, Вы считаете, что...», «Если подвести итог сказанному, то...» и т. п.

Однако всегда необходимо помнить об ошибках, которые подстерегают на пути слушания, и избегать их. В процессе слушания нельзя:

- перебивать собеседника;
- заострять внимание на речевых особенностях партнера по общению;
- делать поспешные выводы и тем самым возводить преграды общения;
- поспешно возражать, недослушав собеседника до конца;
- давать непрошеные советы;
- думать о своем или отвлекаться от темы разговора.

Помните, бестактный человек является главным источником конфликта!

В психологии существует множество приемов повышения эффективности общения. Их принято называть *техниками общения*. Рассмотрим некоторые из них.

1. Прием «*имя собственное*» основан на произнесении вслух имени-отчества партнера по общению. Этот прием вызывает по-

ложительные эмоции; снимает сопротивление собеседника; демонстрирует расположение работника к клиенту или партнеру.

2. Прием «*золотые слова*», или искусство подачи комплиментов, что позволяет настраивать собеседника на сотрудничество; вызвать положительные эмоции; создать атмосферу доверия и взаимоуважения.

3. Прием «*зеркало отношений*» включает в себя улыбку, доброжелательное выражение лица, что способствует положительному настрою, демонстрирует уважение к клиенту или партнеру по общению и создает у него чувство уверенности.

4. Прием «*терпеливый слушатель*» означает терпеливое и внимательное выслушивание проблем клиента. В результате удовлетворяется важнейшая потребность в самоутверждении, что ведет к образованию положительных эмоций и создает доверительное расположение клиента.

5. Прием «*вес*» удовлетворяет потребность человека в значимости и смягчает возникающее напряжение во время беседы. Использование данного приема предусматривает необходимость говорить партнеру о его значимости для вас и об уважении к нему.

6. Прием «*поиск позитивного*» показывает вашу мудрость и диалектичность, позволяет увидеть проблему системно как с позитивной, так и негативной стороны, тем самым ослабляет сопротивление партнера по общению. При использовании данного приема партнеру предлагается посмотреть на предложения, которые он отвергает, с другой позиции.

Использование техник общения позволяет избежать конфликтов с посетителями, а также сохранить благоприятный микроклимат в коллективе.

Успех в деловом общении, по мнению специалистов, во многом зависит от того, как мы умеем учитывать интересы людей, с которыми сталкиваемся в повседневной жизни, и прежде всего коллег, а также учитывать интересы своих клиентов. Мы приходим на службу или учебу и нас окружают люди, у которых масса проблем. Кто-то озабочен своим здоровьем или здоровьем близкого человека; другого волнует ссора с девушкой (женой, подругой, другом); кого-то разволновал результат хоккейного (футбольного) матча; автолюбителя раздосадовала ситуация невозможности приобрести запчасти по низкой цене. Иными словами, у каждого человека своя неформальная, личностная тема. Надо ее только нащупать, и человек откликнется теплотой отношения к вам. Д. Карнеги отмечал, что необходимо говорить о том, что интересует вашего собеседника. Однако мало просто говорить о том, что интересует партнера по общению. По

мнению того же Карнеги, существует важнейший закон человеческого поведения, суть которого в следующем: всегда внушайте собеседнику сознание его значимости. При этом, показывая собеседнику свое отношение к нему как к уважаемому человеку, не следует льстить, тем более за счет унижения собственного достоинства. Вековой опыт психологии и педагогики говорит о том, что нужно опираться на положительное в человеке, тогда в ответ ты получишь человеческое отношение. Иллюстрацией этого может служить психологический закон «эффект Пигмалиона», который говорит о том, что люди ведут себя в соответствии с тем, чего от них ожидают другие. Вспомним древнегреческий миф о художнике Пигмалионе, который жил уединенно, избегая брака, так как презирал женщин из-за несовершенства, но однажды он сделал статую девушки необычайной красоты и полюбил ее. В глубине души он хотел, чтобы она была живая, могла разговаривать с ним, поэтому богиня любви Афродита оживила статую и подарила Пигмалиону красавицу-жену. «Эффект Пигмалиона» подтвержден многими экспериментами в психологии. Например, русская пословица гласит: «Говорите человеку каждый день, что он — свинья, он и захрюкает». Иными словами, реакция людей адекватна нашим ожиданиям. Нередко мы уверены в изначально плохих намерениях нашего собеседника. Лучше, если мы будем видеть добрые намерения, а не подозревать партнеров в злых умыслах. Это поможет смягчить критику полученных нежелательных результатов.

Также в процессе общения не следует монополизировать разговор, т. е. превращать беседу в монолог. Французский писатель Ж. де Лабрюйер отмечал, что талантом собеседника отличается не тот, кто охотно говорит сам, а тот, с кем охотно говорят другие, и если после беседы с вами человек доволен собой, значит, он вполне доволен и вами.

На эффективность общения влияет выбор языковых средств общения. При этом необходимо ориентироваться на собеседника, на ситуацию, на официальность или неофициальность обстановки. Понять друг друга можно, только говоря с партнером на его языке.

Постарайтесь подчеркнуть, что у вас с собеседником есть общее, — это сделает ваши отношения более теплыми и доверительными. Общими у вас могут быть интересы, позиции. Даже общие проблемы и трудности помогают расположить к себе партнера по общению. Подчеркивание общности является древним правилом общения. Английский писатель Джозеф Редьярд Киплинг в повести «Маугли» сформулировал правило общности: «Мы с тобой одной крови — ты и я». При общении в центре внимания не должно стоять «Я».

Специалисты рекомендуют быть скромным в самооценках, не навязывать собеседнику в категоричной форме свою позицию. Необходимо учиться принимать точку зрения партнера.

Таким образом, в деловом общении важно все: что мы говорим и как. От того, как мы формулируем свое «видение», зависит эффективность общения. Например, вместо формулировки: «Мне представляется данный вид стрижки интересным», используйте: «Вас могла бы заинтересовать современная тенденция классической стрижки, которую вы предпочитаете». Вместо: «Сейчас я вам докажу» — «Сейчас вы можете убедиться, что...»

Поскольку общение является основным средством установления доверительных отношений с клиентом, то культуре ведения деловой беседы необходимо учиться. Ознакомимся с некоторыми правилами и рекомендациями, которые разработали специалисты *в области парикмахерского искусства.*

1. С плохим настроением не начинайте рабочий день. Плохое настроение оставляйте за дверью рабочего места.

2. Помните, что успешность делового общения во многом зависит от умения слушать собеседника. Повторение и перефразирование позволит клиенту почувствовать, что вы понимаете, что он говорит и что ему нужно. Во время беседы смотрите клиенту в глаза (но не пристально и не вызывающе), чтобы показать вашу заинтересованность информацией.

3. Не перебивайте монолог клиента. Используйте приемы нерефлексивного слушания: кивайте головой, давая понять, что вы его слушаете и понимаете.

4. При приветствии улыбайтесь — это снимает напряжение и настраивает на доверие. Дружелюбие и искренность с вашей стороны позволят клиенту почувствовать, что он желанный гость.

5. Старайтесь обращаться к клиенту по имени, поскольку такое обращение убедит клиента в том, что вы заботитесь о нем лично.

6. Если клиент решил поделиться своими проблемами, следует отнестись к этому с пониманием. При этом избегайте давать советы и высказывать свое мнение.

7. Не обсуждайте с клиентами личные проблемы.

8. Не делайте критических замечаний.

9. Не навязывайте разговор.

10. Будьте спокойны и неторопливы, поскольку торопливые, резкие движения могут вызвать у клиента беспокойство.

11. Не рассматривайте пристально клиента, так как это может спровоцировать агрессию или закрытость.

Но всегда помните, что никакие советы и правила не помогут, если вы не будете проявлять искренность и доброжелательность в общении; ни один совет не поможет, если вы не любите дело, которым занимаетесь, и не любите людей!

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Русская поэтесса Марина Цветаева говорила: «Одно дело слушать. А другое — слышать». Что вы понимаете под этим высказыванием применительно к своей профессиональной деятельности?
2. Раскройте сущность рефлексивного слушания.
3. Как часто в разговоре с друзьями вы используете приемы рефлексивного слушания? Раскройте содержание каждого приема.
4. Для чего нужны «техники общения»?

Тест «Умеете ли вы слушать?»[1]

Инструкция: Вам предлагается ответить на 10 вопросов. Ответ оценивайте с помощью баллов. За ответ «почти всегда» — 2 балла; «в большинстве случаев» — 4 балла; «иногда» — 6 баллов; «редко» — 8 баллов; «почти никогда» — 10 баллов.

1. Стараетесь ли вы «свернуть» беседу в тех случаях, когда тема (или собеседник) не интересны вам?
2. Раздражают ли вас манеры вашего партнера по общению?
3. Может ли неудачное выражение другого человека спровоцировать вас на резкость или грубость?
4. Избегаете ли вы вступать в разговор с неизвестным или малознакомым человеком?
5. Имеете ли вы привычку перебивать говорящего?
6. Делаете ли вы вид, что внимательно слушаете, а сами думаете совсем о другом?
7. Меняете ли тон, голос, выражение лица в зависимости от того, кто ваш собеседник?
8. Меняете ли вы тему разговора, если собеседник коснулся неприятной для вас темы?

[1] См.: Психология и этика делового общения / под ред. В.Н. Лавриненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М., 1997.

9. Поправляете ли вы человека, если в его речи встречаются неправильно произнесенные слова, названия, вульгаризмы?
10. Бывает ли у вас снисходительно-менторский тон с оттенком пренебрежения и иронии по отношению к тому, с кем говорите?

Обработка результатов

Подсчитайте сумму баллов.

Чем больше баллов, тем в большей степени развито умение слушать. Если набрано *более 62 баллов*, то умение слушать — выше среднего уровня. Обычно средний балл слушателей — *55*. Если оценка ниже, то вам стоит последить за собой при разговоре.

2.9 ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА КАК ФОРМА ОБЩЕНИЯ

В предыдущем параграфе мы рассмотрели правила и рекомендации, используемые в процессе обслуживания населения, а также основные направления при организации бесед с коллегами, руководством.

Однако существует и другая форма организации бесед — это официальная деловая беседа, поскольку в деловых отношениях очень многое зависит от личных встреч, бесед и совещаний. Во время встреч партнеры используют все богатство человеческого общения: речь, жесты, мимику, движения и личностное воздействие.

Знания в сфере организации и проведения деловых бесед очень полезны. Сегодня вы студенты, завтра — парикмахеры, а в будущем — руководители салона красоты — и потребность в навыке ведения деловой беседы возрастает.

Деловая беседа является специфической формой контактов между людьми, которые имеют полномочия от своих организаций. В ходе деловой беседы происходит обмен мнениями и целенаправленное обсуждение конкретной проблемы с целью поиска взаимовыгодного варианта решения.

Деловая беседа имеет свои закономерности и традиции. Она требует тщательной подготовки и основывается на этических нормах и этикетных правилах.

Ведущим элементом в подготовке деловой беседы является планирование, т. е. определение цели встречи, разработка стратегии и тактики достижения цели. Рекомендуется продумать возможный ход предстоящей беседы, в роли будущего оппонента проверить действенность своих аргументов, логическую связь формулировок, спрогнозировать реакцию собеседника (собеседником может быть подчиненный, деловой партнер или коллега).

Немаловажное значение имеет правильный выбор места проведения беседы, при этом надо помнить, что в помещении недопустимо нахождение посторонних лиц, а интерьер помещения должен способствовать улучшению эмоционального состояния, снятию утомления и напряженности собеседников.

О беседе договариваются, как правило, за 2 — 3 дня. Это позволяет заранее предусмотреть возможное ее течение, продумать основные детали.

Деловая беседа состоит из нескольких этапов:

- начало;
- передача информации (изложение своей позиции, своего видения) и аргументирование;
- выслушивание доводов собеседника и реакция на них;
- принятие решения.

Начало беседы влияет на весь ее дальнейший ход, поэтому начальный этап является важным. В его задачи входят: установление контакта с партнером, создание благоприятной атмосферы взаимного доверия и уважения, а также привлечение внимания и пробуждение интереса к проблеме.

С целью ведения беседы «на равных» рекомендуется разговор вести не за рабочим столом. Вежливый собеседник всегда предложит гостю чай или кофе, а в жаркое время — прохладительные напитки. Во время разговора не рекомендуется посматривать на часы, так как это считается неприличным и может собеседником восприниматься как сигнал к окончанию беседы. Также во время беседы не рекомендуется смотреть по сторонам, перекладывать бумаги. Научиться слушать собеседника и не отвлекаться на посторонние мысли — залог успеха при ведении беседы.

К партнеру лучше обращаться по имени-отчеству и в ходе дальнейшего разговора повторить это несколько раз. Американский специалист в области человеческих отношений Д. Карнеги утверждал, что имя человека — это самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке. Рекомендуется ободрить собеседника и расположить его к себе первыми фразами и вопросами, которые могут не иметь прямого отношения к теме разговора.

В начале беседы важным сигналом установления контакта является контакт глаз, поскольку взгляд является сильным средством невербального общения. Вообще, умение понять невербальные сигналы в поведении собеседника могут значительно облегчить понимание партнера. С самого начала беседа должна принять форму диалога. Очень важно не перебивать собеседника, предоставить ему

возможность высказывать свои мысли, при этом вести себя естественно, быть честным, не заигрывать с собеседником и не заискивать перед ним. Кроме того, рекомендуется следить за своей интонацией и мимикой; не хмурить брови и не кусать губы. Не следует демонстрировать своего негодования по поводу высказанного мнения, но и не проявлять излишние эмоции в случае совпадения ваших точек зрения и позиций. В течение беседы не рекомендуется употребление слов с двойным смыслом; а также не следует вести разговор в назидательном и поучительном тоне. Ни при каких обстоятельствах недопустимо показывать собеседнику свое плохое настроение, срываться. Доброжелательность, терпение и сосредоточенность помогут человеку раскрыться, особенно если он переполнен негативными эмоциями или застенчив и неуверен в себе. Разговор с деловым партнером, с коллегой или подчиненным исключает проявление любой бестактности: пренебрежительного тона, обрывание собеседника на полуслове, демонстрации своего превосходства.

В ходе беседы рекомендуется использовать краткие, нейтральные реплики: «Продолжайте, очень интересно!», «Понимаю вас», — которые снимают напряженность и помогают продолжать беседу, а также уточняющие реплики: «Что вы имеете в виду?», «Как вы считаете?» и т. п., помогающие вести беседу в нужном направлении.

На завершающем этапе деловой беседы принимается окончательное решение, которое излагается ясно, четко, убедительно. Финал беседы должен стимулировать реализацию принятых решений и заложить основу для дальнейших встреч.

Необходимо поблагодарить партнера за беседу и выразить уверенность в успешности будущего сотрудничества. Психологи подчеркивают значимость прощального взгляда, когда хозяин кабинета задерживает взгляд на собеседнике, демонстрируя внимание к партнеру и заинтересованность в дальнейшем сотрудничестве с ним.

Рассмотрим некоторые важные моменты, которые возникают во время деловой беседы.

Иногда приходится отказать в просьбе. Как это сделать? Не лучшим считается вариант, если сказать прямо: «К сожалению, это сделать для вас мы не сможем». Постарайтесь объяснить причину отказа. «Такое решение мы принять не можем, поскольку это противоречит политике нашей фирмы» или «Это может принести убытки нашей фирме» и т. п., но обязательно следует аргументировать правдоподобно и убедительно.

Если нужно отвечать на вопрос, ответ на который неизвестен, не надо стесняться об этом прямо сказать. Хотя правила этикета обязывают переадресовать вопрос собеседника компетентному лицу: «Я полагаю, что господин Иванов мог бы ответить на ваш вопрос». В этом случае вы сразу же связываетесь с «господином Ивановым» позвонив по телефону, если такой возможности нет, то скажите своему собеседнику, что свяжитесь с ним позже и ответите на интересующий его вопрос.

В деловом разговоре могут возникать темы, которых не хотелось бы касаться. Как обойти их стороной? В данной ситуации можно сослаться на личные обстоятельства или сказать, что решение по данному вопросу вашей организацией окончательно не принято: «К сожалению, я не могу (не имею права) обсуждать данный вопрос (проблему). Надеюсь, вы меня правильно поймете».

Вопросы, которые задаются в ходе беседы, бывают открытыми и закрытыми.

Закрытые вопросы требуют односложного ответа «да» или «нет». Например: «Вы согласны с данным решением?» Постановка таких вопросов затрудняет течение беседы, поскольку собеседник не раскрывается. Закрытые вопросы дают возможность сохранять инициативу одной стороне, что может не понравиться партнеру по деловой беседе, и это неудовольствие может иметь решающее значение при принятии окончательного решения. Поэтому такими вопросами рекомендуется пользоваться нечасто и обоснованно, например, когда возникают трудности при получении информации от собеседника по поводу согласия с тем или иным предложением, а также в случае, если необходимо сузить выбор вариантов решения для партнера, например: «Вы согласны действовать так, как мы предлагаем?»

Открытые вопросы — это вопросы, которые требуют развернутого ответа и позволяют отвечать по-разному. Классическим открытым вопросом является: «Что Вы думаете по этому поводу?» Однако при постановке вопроса таким образом есть вероятность потери инициативы ведения беседы. Но есть положительные моменты, поскольку противоположная сторона получает возможность высказывать свое мнение без ограничений и открыто, можно полнее представить ее точку зрения и точнее спрогнозировать свое поведение.

С помощью *риторических вопросов* не собираются получать ответ, лишь воздействуют на эмоции и чувства собеседника с целью склонить его к желаемому решению.

В ходе беседы используют *радикальные вопросы*, т. е. вопросы, ответы на которые могут изменить ход беседы и принятые решения

обеими сторонами. Например: «Какое решение Вы принимаете по нашему предложению?» Как видно, вопрос поставлен прямо, следовательно, получаем прямой ответ, однако есть риск получить неблагоприятный ответ, а значит, будет труднее склонить противоположную сторону к согласию. В связи с этим специалисты рекомендуют по возможности избегать такой постановки вопроса, даже если чувствуется негативное отношение со стороны собеседника к выдвинутому предложению.

Вопрос, подавляющий сопротивление. Желая убедить собеседника в чем-либо, не совсем для него приятном или приемлемом, в том, с чем он будет не совсем согласен (или это ожидается), свое маловыгодное или малоприемлемое утверждение задайте в форме вопроса, например: «Вы ведь не досконально знакомы с результатами нашей деятельности, не так ли?» В этом случае собеседнику нужно быть смелым человеком, чтобы дать утвердительный ответ: «Нет, вы ошибаетесь, я знаком с деятельностью досконально».

Как известно, беседа не всегда протекает удачно и конструктивно, поскольку в процессе общения можно столкнуться с различными преградами, которые связаны с непониманием собеседника. Беседа перестает быть спокойной и перерастает в конфронтацию. Специалисты рекомендуют не идти по пути речевой конфронтации, даже если ваши взгляды разошлись окончательно. Беседу всегда необходимо заканчивать на позитивной ноте, подобрав доброжелательные выражения, также допустим юмор. Однако всегда необходимо внимательно выслушивать собеседника, в ходе беседы не забывать о «золотом правиле» нравственности, а также грамотно выражаться и иметь соответствующий внешний вид.

Парикмахерам при обслуживании населения, выстраивания конструктивных отношений с клиентами, а также при беседе с руководством и коллегами следует придерживаться общепринятых рекомендаций по проведению деловых бесед.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Почему деловую беседу нельзя проводить спонтанно?
2. Объясните, почему начальный этап беседы во многом определяет ее успешность.
3. Что категорически не рекомендуется делать во время деловой беседы?
4. Охарактеризуйте формы вопросов, задаваемых в ходе беседы.

Тест «Оценка самоконтроля в общении (Марион Снайдер)»[1]

Инструкция: С помощью этого теста вы можете определить свой уровень контроля при общении с другими людьми. Внимательно прочтите 10 предложений, описывающих реакции на некоторые ситуации. Каждое из них оцените как верное или неверное для себя. Верное — обозначьте буквой В, неверное — буквой Н.

1. Мне кажется трудным искусство подражать привычкам других людей.
2. Я бы, пожалуй, мог свалять дурака, чтобы привлечь внимание или позабавить окружающих.
3. Из меня мог бы выйти неплохой актер.
4. Другим людям иногда кажется, что я переживаю что-то более глубоко, чем это есть на самом деле.
5. В компании я редко оказываюсь в центре внимания.
6. В разных ситуациях и в общении с разными людьми я часто веду себя совершенно по-разному.
7. Я могу отстаивать только то, в чем я искренне убежден.
8. Чтобы преуспеть в делах и в отношениях с людьми, я стараюсь быть таким, каким меня ожидают видеть.
9. Я могу быть дружелюбным с людьми, которых я не выношу.
10. Я не всегда такой, каким кажусь.

Обработка результатов

Если вы ответили «Н» на вопросы 1, 5, 7, то за каждое совпадение начислите себе по 1 баллу. Начислите по 1 баллу за каждое совпадение, если вы ответили «В» на все остальные. Подсчитайте сумму баллов.

0—3 балла показывает низкий коммуникативный контроль, т.е. ваше поведение устойчиво и вы не считаете нужным меняться в зависимости от ситуации. Вы способны к искреннему раскрытию в общении, отчего некоторые считают вас «неудобным» по причине вашей прямолинейности.

4—6 баллов говорит о среднем коммуникативном контроле. Вы искренни, но не сдержанны в своих эмоциональных проявлениях. Однако считаетесь в своем поведении с окружающими людьми.

---

[1] См.: *Рогов Е. И.* Учитель как объект психологического исследования. — М.: Владос, 1998.

7—10 баллов указывает на высокий коммуникативный контроль. Вы легко входите в любую роль, гибко реагируете на изменение ситуации, хорошо чувствуете и можете предвидеть впечатление, которое производите на окружающих.

Люди с высоким коммуникативным контролем, по Снайдер, постоянно следят за собой, хорошо знают, где и как себя вести, управляют своими эмоциями. Вместе с тем у них затруднена спонтанность самовыражения, они не любят непрогнозируемых ситуаций. Их позиция: «Я такой, какой я есть в данный момент».

Люди с низким коммуникативным контролем более непосредственны и открыты, у них более устойчивое «Я», мало подверженное изменениям в различных ситуациях.

2.10. ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

После окончания профессионального образовательного учреждения вы будете мастерами своего дела — мастерами парикмахерского искусства. А сейчас вы студенты, и если представить, что завтра вам предстоит публичное выступление, то многие из вас начнут волноваться и размышлять: что говорить, как говорить, будут ли слушать. Такое волнение может быть вызвано тем, что вы:

- нечетко осознаете цели выступления и пути ее достижения;
- опасаетесь оговориться, допустить оплошность;
- боитесь негативной реакции аудитории;
- вспоминаете о прежних неудачных выступлениях;
- не умеете держаться или говорить перед аудиторией;
- не умеете выражать свои мысли в логической последовательности.

Для того чтобы преодолеть тревожные ощущения, к выступлению необходимо готовиться. Вот некоторые рекомендации специалистов.

1. Определите цель речи.
2. О своих слушателях постарайтесь заранее узнать как можно больше (установите соотношение количества мужчин и женщин, возрастное соотношение, социальный статус и т. п.).
3. Определите содержание публичного выступления.
4. Составьте план и распределите материал в логической последовательности.
5. Литературно обработайте речь.

6. Заучите текст речи, поскольку выступающий не может чувствовать себя уверенно и управлять вниманием аудитории, пока он непрерывно смотрит на текст.

7. Произнесите речь вслух, поработайте над интонацией.

8. Работайте над невербальными средствами общения (мимика, жесты, взгляд). Но помните, что излишняя жестикуляция отвлекает внимание аудитории.

Таким образом, в публичной речи важно все: содержание, интонация, манера изложения, невербальные средства общения.

Интонация — важная составляющая публичного выступления, поскольку около половины информации передается через интонацию. Не секрет, что одни и те же слова, сказанные с разной интонацией, могут привести к противоположному результату.

В речи нужно избегать монотонности; говорить следует ясно и отчетливо. Эмоциональность выступления должна соответствовать его содержанию.

Максимальная эффективность выступления достигается при гармонизации мысли и слова. Общепризнано: кто логически мыслит, тот четко и ясно говорит. Демагогия, пространные рассуждения, многословие наводят скуку, а длинные предложения раздражают аудиторию. Лаконичность и выразительность речи способствуют удержанию внимания слушателей.

Успех публичного выступления во многом зависит от культуры речи, ее богатства и информационной насыщенности. Специалисты не рекомендуют злоупотреблять иностранными, а также устаревшими или эмоционально окрашенными словами. Неграмотно построенные фразы, ошибки в произношении свидетельствуют о низкой культуре выступающего. Доверие и внимание слушающих могут вызвать вовремя сказанные шутки, поговорки и пословицы. Информативным дополнением к выступлению является иллюстрация (схемы, графики, диаграммы и т. п.).

Важен имидж выступающего, который складывается из манеры поведения (мимика, жесты, позы) и манеры одеваться, причесываться, использовать косметику. Специалисты отмечают, что первоначальное впечатление о человеке складывается за первые 90 с. Человек оценивается не по тому, что он собой представляет на самом деле, а по тому, как воспринимается аудиторией. Неряшливый вид, беспорядок в одежде, пренебрежение правилами гигиены или неумелое использование косметики, а также чрезмерное количество украшений являются ярким свидетельством неуважительного отношения к себе и слушателям. Экстравагантная одежда, крикливость украшений могут отвлечь внимание аудитории и свидетельствуют о невы-

соком уровне культуры. Специалисты рекомендуют не допускать крайностей при создании своего имиджа.

Основное правило, которое необходимо соблюдать при выборе одежды, прически и макияжа, — это умеренность, сдержанность, а также соответствие внешнего вида сезону, времени и обстановке.

Необходимо внимательно относиться к невербальным средствам общения. Жесты, позы и мимика должны исключать крайности.

Специалисты не рекомендуют расхаживать по аудитории, переступать с ноги на ногу, постукивать пальцами по трибуне (кафедре). Не следует излишне жестикулировать, дотрагиваться до лица и поправлять волосы. Простые и сдержанные жесты помогут расставить необходимые акценты в речи. Если предстоит выступать на трибуне, то выходить следует прямо, с расслабленными плечами. Аудиторию нужно обвести взглядом, так как визуальный контакт усиливает влияние на партнеров по общению. Для контроля за реакцией аудитории можно выбрать несколько человек, однако нельзя сосредоточивать свое внимание только на них. Специалисты рекомендуют в аудитории выделить несколько групп и попеременно поддерживать с ними визуальной контакт.

Выступающий не должен демонстрировать свое превосходство над аудиторией. Лучше сказать «Вы, конечно, уже знаете» или «Вам известно мнение о...», чем «Вы еще не знаете» или «Вряд ли вам известно мнение о...».

В публичном выступлении используют «эффект края», т.е. лучше запоминается информация, которая находится в начале и конце выступления. Поэтому должно быть яркое вступление, способное заинтересовать слушателей, и яркое заключение, содержащее выводы.

Если в процессе выступления в аудитории есть возражения, то на реплику лучше не реагировать, пропустив ее, или ответить: «Спасибо за возражение, к нему я вернусь позже». Также рекомендуется использовать тактику «Да, но...» или «В общем я с вами согласен, но...».

Выступать в душном помещении не следует, поэтому необходимо заранее его проветрить.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Что мешает вам чувствовать себя уверенным в ходе выступления?
2. Какие рекомендации специалистов следует соблюдать при подготовке к выступлению?
3. Подготовьте публичное выступление, используя рекомендации специалистов.

В ходе беседы партнеры неоднократно прибегают к аргументированию своих доводов. В процессе обслуживания клиентов парикмахеры также прибегают к аргументам.

Аргумент (от лат. *argumentum* — довод) — это довод, на котором основывается доказательство. Аргументы необходимы для защиты своих взглядов и намерений как в деловой, так и в личной жизни. При аргументации следует обращать внимание на два факта: умение хорошо говорить и умение убеждать.

Аргументы различаются по степени воздействия на ум и чувства людей и подразделяются на *три группы*: сильные, слабые и несостоятельные аргументы. Причем сила или слабость определяются не с позиции говорящего, а с позиции лица, принимающего решение.

1. *Сильные аргументы* невозможно опровергнуть, разрушить. Они не вызывают критики, их нельзя не учитывать, не принимать во внимание. Это:

- точно установленные факты и суждения, вытекающие из них;
- законы, руководящие документы, уставы, если они исполняются и соответствуют реальной жизни;
- выводы, подтвержденные экспериментом;
- заключение экспертов;
- цитаты из авторитетных книг;
- статистическая информация, если сбор и обработка данных проводились профессионалами-статистиками.

2. *Слабые аргументы* вызывают сомнения, к ним относятся:

- умозаключения, основанные на разрозненных фактах;
- уловки и суждения, построенные на алогизмах (алогизм — прием для разрушения логики мышления, применяется чаще всего в юморе);
- ссылки (цитаты) на неизвестные или малоизвестные собеседнику источники;
- непоказательные примеры и аналогии;
- доводы личного характера;
- афоризмы, изречения;
- доводы, обобщения, сделанные на основе догадок, ощущений;
- неполная статистическая информация, на основе которой делается вывод.

3. *Несостоятельные аргументы* позволяют разоблачить, дискредитировать собеседника, использовавшего их. Это:

- суждения на основе подтасованных фактов;
- ссылки на непроверенные источники;
- потерявшие силу решения;
- догадки, домыслы, предположения;
- посулы и обещания, выдаваемые авансом;
- выводы, сделанные на основе содержания фиктивных документов.

Специалисты рекомендуют при аргументации следующее.

1. Использовать доводы, которые понимаются собеседниками одинаково.

2. Если довод не принимается, не настаивать на нем в ходе дальнейшего разговора.

3. Лучше подчеркнуть важность и значимость сильных доводов партнера по общению, оценить правильное их понимание.

4. Свои аргументы, не связанные с тем, что говорил партнер, приводите после того, как ответили на его доводы.

5. Старайтесь соизмерять темп аргументаций с особенностями темперамента партнера.

Например, если холерики и сангвиники способны воспринимать высокий темп и большой объем аргументов (однако аргументы, приведенные каждый в отдельности, намного эффективнее достигают цели, если их привести все вместе и сразу), то меланхоликам и флегматикам подавать аргументы следует постепенно.

6. Помните, что излишняя убедительность всегда вызывает отпор, так как превосходство партнера в споре всегда обидно.

7. Приведите один-два ярких, сильных аргумента и, если достигнут желаемый результат, ограничьтесь этим.

При использовании аргументов продумывайте их заранее. На клиентов не следует «обрушивать» самые сильные аргументы. Помните, лучше запоминается то, что сказано в конце беседы, поэтому самое весомое и существенное лучше оставить на конец разговора.

В литературе описаны *законы аргументации* и *убеждения*. Рассмотрим некоторые из них.

Закон встраивания. Аргументы следует встраивать в логику рассуждений партнера, а не излагать их параллельно, не ломать логику собеседника.

Закон минимализации аргументов. Человеческое восприятие ограничено, поэтому для убедительности число аргументов следует ограничить тремя-четырьмя.

Закон объективности и доказательности. В качестве аргументов используйте те, что принимает ваш собеседник. Не путайте факты и мнения.

Закон диалектичности (единства противоположностей). Говорите не только о плюсах своих доказательств или предположений, но и о минусах. Это обезоруживает оппонента и придает вашим аргументам больший вес.

Закон демонстрации равенства и уважения. При аргументации демонстрируйте уважение к партнеру и его позиции. Ведь «друга» убедить легче, чем «врага».

Закон постепенности. Не стремитесь быстро переубедить партнера. Лучше это делать постепенно и последовательно.

Закон этичности. В процессе аргументации не допускается неэтичное поведение: агрессия, высокомерие, обман, манипуляции. Всегда помните о «золотом правиле» этики.

Практиками доказано, что на клиентов-мужчин, как правило, действует логически-рациональный способ подачи аргументов, а для клиентов-женщин важна эмоциональная составляющая образов.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Дайте классификацию аргументов.
2. Определите значение аргументов для принятия решений.
3. Какие законы аргументации вам известны и для чего они служат?