МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПО ОБРАЗОВАНИЮ

МОГИЛЕВСКОГО ОБЛАСТНОГО ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО КОМИТЕТА

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

«МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**ТЕХНИКИ КОММУНИКАЦИИ**

**И ОСНОВЫ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ**

ДОМАШНЯЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Выполнил Учащаяся группы ПО-455 О.И.Любаль

Шифр 14

2023**27 Охарактеризуйте понятие «фокусы языка»**

Фокусы языка — [языковые](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/2083) [паттерны](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/92507), позволяющие проявлять [коммуникативную](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/976714) гибкость и изменять [убеждения](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1152715) собеседника. Концепция разработана Робертом Дилтсом, моделировавшим для этого [Ричарда Бэндлера](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/827122), одного из основателей [нейролингвистического программирования](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1703), который считался непобедимым в дискуссиях; всего он выделил 14 (иногда выделяют 16) общих паттернов, распознанных им в речи Бэндлера в [1980](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/708691) году на семинаре по НЛП в [Вашингтоне](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/16332), [США](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1133423). Фокусы языка используются для переключения внимания собеседника с одного аспекта ситуации на другой (или даже на другую ситуацию).

Основой «фокусов языка» и подхода к языку, принятого в НЛП, можно считать положение о том, что «[карта не территория](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/959046)». Этот принцип был впервые сформулирован основателем [общей семантики](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/201469) [Альфредом Коржибски](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/199460). Коржибски утверждал, что прогресс нашего общества в немалой степени предопределен наличием у человека гибкой [нервной системы](https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/6567), способной создавать и использовать символические репрезентации, или карты. Язык следует считать разновидностью карты или модели мира, которая позволяет суммировать или обобщать наш опыт и передавать его другим, тем самым спасая их от необходимости совершать те же ошибки или заново придумывать то, что уже изобретено. По мнению Коржибски, именно эта способность к языковым обобщениям объясняет прогресс человека по сравнению с животными, однако ошибки в понимании и употреблении подобных механизмов являются причиной множества проблем. Человека необходимо учить правильно пользоваться языком, и за счет этого можно предотвратить ненужные конфликты и недоразумения, порождаемые путаницей между картой и территорией. Коржибски считал, что важно учить людей тому, как осознавать и расширять свои языковые возможности, чтобы достигать большего успеха в общении и по достоинству оценивать уникальность повседневных переживаний.

## Убеждения

В общем, фокусы языка используются для изменения ограничивающих убеждений человека относительно какого-либо вопроса или аспекта реальности путём предоставления альтернативных путей для интерпретации этого аспекта. Существует два классических базовых паттерна в фокусах языка:

Комплексная эквивалентность

X означает Y: «Материться значит быть плохим человеком».

Причинно-следственная связь

X приводит к Y: «Ты опоздал, [поэтому] ты меня не любишь».

## Описание паттернов

### 1. Намерение

– Вы не можете жениться на своей возлюбленной, по крайней мере, пока жива ваша жена.

– Вы мне предлагаете её убить?

Фраза из кинофильма «Этот самый Мюнхгаузен»

**Ищем намерение убеждения.**

Буквально: Клиент сообщает об убеждении, а Оператор делаете предположение о его намерении:

Клиент: – Я не могу позволить себе бросить работу.

Оператор: – Я  понимаю, что стабильность крайне важна для вас.

Естественно, точно знать намерение мы не можем, но можем предположить. И обратить внимание Клиента на цель его поведения.

### 2. Переопределение

- Я не был пьян, - оправдывается шофер перед судом. – Я только выпил.

- Это совсем другое дело, - говорит судья. - Вот почему я приговариваю вас не к 7 дням тюрьмы, а только на неделю.

**Делаем рефрейминг смысла одного из слов.**

Хочу обратить ваше внимание на то, что меняется только одно слово или смысловая конструкция. Практически, это то, что Ричард Бендлер называл «однословным рефреймингом»: ищется слово или фраза, описывающая приблизительно то же качество или действие, но с другой оценкой. Например: вороватость – домовитость, лгун – дипломатичный, наглость – настойчивость, доносчик – социально активный, раздражительность – эмоциональность.

Клиент: - Жена должна быть послушной.

Оператор: - Вам нравятся безвольные женщины?

Клиент: - Я поступаю совершенно непоследовательно.

Оператор: - Хорошо, когда ты способна вести себя как настоящая женщина.

###### В первом варианте был сделан негативный рефрейминг: послушная => безвольная. Во втором – позитивный: поступать совершенно непоследовательно => способность вести себя как настоящая женщина.

### 3. Последствия

**Рассматривается последствия использования данного убеждения.**

Понятно, что пользование убеждением приводит к последствиям. Или может привести.

Клиент: - Я совершенно не способен бросить курить.

Оператор: - Это хороший способ оправдать свою раннюю смерть.

Иногда последствия описываются в гротескном виде.

Клиент: - Она должна заботиться обо мне.

Оператор: - Я уже представляю себе, как она повязывает тебе салфеточку на шею и кормит с ложечки манной кашкой: «За маму, за папу, за хороший секс». Она может подтирать тебе попку и мыть твою пипиську по вечерам. Это так эротично. Правда, это максимум сексуального опыта, который ты получишь в этой ситуации.

### 4. Разделение

**Дробим элементы убеждения на части.**

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - Что именно у тебя не получается: написать заявление об уходе, доделать текущий проект, поговорить с директором?

### 5. Объединение

**Обобщение части убеждения.**

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - Ты что, никогда ничего не мог изменить?

Играя с размерами рамок, можно довести утверждение до абсурда:

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - А так же никогда не уйти в отпуск, не выехать из города и остаться навсегда в этом кабинете.

### 6. Аналогия

**Поиск аналогии, которая придаст убеждению другой смысл.**

Здесь может использоваться прямая аналогия, притча, анекдот и т.п. Короче, любая метафора или ассоциация.

Клиент: - Если ты ошибаешься – то это означает, что ты неудачник.

Оператор: - Это всё равно, что сказать, что все художники - лжецы, потому что их картины не похожи на действительность.

### 7. Изменение размера фрейма

**Меняем рассматриваемую продолжительность времени, количество людей, размер территории и т.д. таким образом, чтобы убеждение сменило смысл или стало абсурдным.**

Практически, это рефрейминг контекста. Но контекст позволяется менять только в размерах. Например, расширив временную рамку, можно предложить Клиенту взглянуть на ситуацию из будущего.

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - На пенсии вы будете с удовольствием рассказывать внукам о сегодняшних деньках.

Точно так же можно взглянуть на ситуацию из прошлого.

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - Наверно в школе вам тоже казалось, что это никогда не закончится?

Можно уменьшить временную рамку.

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - То есть сегодня ты домой не вернёшься?

Или увеличить количество людей.

Клиент: - У меня никогда не получится уйти с этой работы.

Оператор: - Сколько народу думало так же. Но действительность оказалась намного интересней.

### 8. Другой результат

**Смещение фокуса внимания на другой результат**

Клиенту сообщается, что кроме намерения убеждения есть и ещё другой результат. О котором тоже стоит подумать.

Клиент: - Она должна заботиться обо мне.

Оператор: - Так же можно подумать о том, как вам стать действительно самостоятельным.

Другой вариант – смещение фокуса внимания на другие результаты действия.

Клиент: - Она должна заботиться обо мне.

Оператор: - А вы не думали о том, что когда она заботится о вас, она не заботится о себе?

### 9. Модель мира

**Предлагаем «правильное» убеждение на замену, ссылаясь на авторитеты.**

Приводится пример других вариантов убеждения, ссылаясь на других людей. Обычно в предложении будет присутствовать: "а вот я считаю", "древние верили", "учёные установили", "немцы считают, что", "мой сосед утверждает", "народная мудрость говорит". По-видимому, эффективность фокуса языка в большой степени зависит от авторитетности для Клиента той группы людей, на которую ссылается Оператор.

Клиент: - Самое важное в жизни – это не зависеть ни от кого!

Оператор: - А многие люди считают, что самое важное – это любовь.

Клиент: - Если ты ошибаешься – то это означает, что ты неудачник.

Оператор: - Но психологи утверждают, что ошибки помогают нам развиваться.

### 10. Стратегия реальности

**У человека есть определённые стратегии проверки «реальности» - чтобы разделять «фантазии» от «действительности».**

Убеждения не являются "реальными" событиями, а только обобщениями, фантазией. И этот фокус языка как раз использует это различие. Но у каждого конкретного человека может быть свой способ проверки "реального" и "воображаемого":

• на субмодальном различии "реальности" и "фантазии";

• на непрерывности воспоминаний;

• на соответствии (конгруэнтности) этого представления другим;

• на воспоминании о том, как он это убеждение создал;

• и ещё на множества других способов.

Соответственно, мы можем предложить человеку это различие осознать, что даст ему возможность убеждение переоценить или укрепить:

Клиент: - Замуж можно выходить только один раз и по любви.

Оператор: - Как именно ты узнаёшь, что это действительно так?

### 11. Противоположный пример

**Ищем исключение из правил.**

Оператор может как сам предложить исключение из правил:

Клиент: - Если ты ошибаешься – то это означает, что ты неудачник.

Оператор: - Если Билл Гейтс не там запятую поставит – он что, неудачник теперь?

Но также можно попросить найти исключения и самого Клиента.

Клиент: - Мужчины всегда лгут!

Оператор: - Вспомни, наверняка же был хоть один случай, когда мужчина сказал правду.

### 12. Иерархия критериев

**Предлагаем более важную цель.**

К: - Я поступаю совершенно непоследовательно.

О: - Что для тебя важнее: делать по правилам или достигать нужного результата?

### 13. Применение к себе

Критянин говорит, что все критяне лжецы.

Апория Евбулида «Лжец».

**Правило, применяемое по отношению к другим людям, должно работать и по отношению к автору убеждения. А также и к самому убеждению.**

Если человек сообщает о правиле для других людей, то очень хочется применить это правило и к нему тоже.

Клиент: - Люди постоянно обманывают.

Оператор: - Зачем вы сейчас пытаетесь обмануть меня?

Клиент: - Муж должен быть откровенным со мной.

Оператор: - Тогда вам просто необходимо рассказать ему о вашем любовнике.

В первом случае сделано обобщение относительно людей, которое просто «возвращается» Клиенту. Во втором случае сообщается о требовании «быть откровенным» к конкретному человеку, и это требование тут же применяется к Клиенту.

### 14. Метафрейм

**Создаём убеждения относительно убеждения.**

Клиент: - Она должна заботиться обо мне.

Оператор: - Именно такие убеждения порождают слюнтяев и нытиков.

Клиент: - Люди всегда обманывают.

Оператор: - Пока вы в это верите, вряд ли вы сможете устанавливать доверительные отношения.

**40 Раскройте техники ответов на сложные вопросы: «Рационализирование», «Точка зрения», «Встречный вызов», «Работа с эталоном».**

Называется она сегодня «коммуникативные навыки».

У нас в стране, к сожалению, обучение навыкам общения не носит сколько-нибудь системный характер, а жаль. Древние в этом смысле были умнее нас, преподавая риторику в школах еще до нашей эры.

Говоря об аргументации и контраргументации, я коснусь темы так называемых «сложных вопросов» и способов их нейтрализации.

Обычно «сложные» неудобные вопросы транслируют некий негативный стереотип, который «привязан» к Вашему выступлению или аргументации. Самое главное правило — это нейтрализовать негатив как можно скорее, ибо в противном случае Ваш собеседник обязательно повторит его снова, и последующее общение рискует стать неуправляемым.

Специалисты в области риторики предлагают использовать следующую технику: разделите Ваш ответ на две части. Сначала проговорите услышанный негативный стереотип. При этом Вы можете его:

- рационализировать

- уничтожить вызовом

- изменить точку зрения на него

- сравнить с эталоном.

Во второй части своего ответа еще раз логически обоснуйте свое изложение. Иногда бывает достаточно повторить стереотип одним из описанных ниже способов, и вторая часть ответа уже не понадобится.

**1. Рационализируем**

Что делать, когда существует стойкое предубеждение против Ваших доводов? Переубеждать бессмысленно. Лучше бывает не спорить. Лучше ... согласиться.

То есть бывает полезно прямо назвать отрицательный стереотип, проговорить его вслух, согласиться с возражениями в прямом смысле слова.

**ОБЩИЕ СХЕМЫ ОТВЕТА:**

Да, Вы правы! Но что же в этом плохого?

Да, Вы правы! И более того, это гораздо хуже, чем Вы думаете. Но именно в этом и заключается преимущество.

С этим никто не спорит! Но...(дать как бы согласие).

**ПРИМЕРЫ**

**НЕЛЮБИТЕЛИ В МЕНЬШИНСТВЕ**

После премьеры «Пигмалиона» восхищенная публика вызвала автора на сцену. Кланяясь аплодирующим зрителям, Б. Шоу вдруг услыхал среди всеобщих похвал чей-то громкий голос: — Эта пьеса никуда не годится! Это — чепуха! — Я абсолютно с Вами согласен! — подхватил Шоу. — Но, к сожалению, мы с Вами в меньшинстве!

**НЕУЧИ**

Какой-то афинянин поносил спартанцев, называя их неучами. На что спартанцы ответили: «Ты прав, только мы одни не научились у вас ничему дурному».

**2. Изменяем точку зрения**

Суть данного приема — изменение точки зрения. В отличие от приема «РАЦИОНАЛИЗИРОВАНИЕ» (где мы буквально соглашаемся с транслируемым отрицательным стереотипом), здесь мы смотрим на него с другой точки зрения, уже не вызывающей этот стереотип.

Так, фразы: «стакан наполовину пуст» и «стакан наполовину полон» — формально означают одно и то же, но относительно стереотипа — это разные ситуации.

Безусловно, этот прием требует смекалки, живости ума, находчивости.

**ПРИМЕРЫ**

**АФРИКА В РУКАХ ЦЕЗАРЯ**

Цезарь, сходя с корабля на африканский берег, неожиданно споткнулся и упал, упершись руками в землю. У присутствующих промелькнула мысль о плохом предзнаменовании. Цезарь же сориентировался, не поднимаясь, воскликнул: «Ты в моих руках, Африка!

**ВОИН ДЛЯ БИТВЫ**

При перекличке спартанских воинов обнаружилось, что один из них был хромым. Из-за этого его не захотели брать в поход. На что хромой воин ответил: «Я думал, что вам нужны воины для битвы, а не для бегства!»

**3. Встречный вызов**

Используется в очень экстремальных ситуациях, например при общении с толпой. Ответ на сложный вопрос в таком случае состоит, как обычно, из двух частей. В первой части ответа встречным вызовом «почва выбивается из-под ног нападающего», и только во второй части начинается логичное изложение ответа.

**ПРИМЕР**

Вопрос генералу Лебедю из толпы:

— Вы зачем нас газами травили?

Генерал: А скажите, газы на фашистов и коммунистов действуют одинаково?

— Вроде одинаково...

Генерал: А солдат в противогазах вы видели?

— Не-е-е-ет...

Генерал: Так что же они камикадзе, себя вместе с вами травить?!

**4. Работа с эталоном**

Неоднократно проводился эксперимент: двум группам испытуемых демонстрировали фотографию человека, но предваряли показ разными комментариями, разными эталонами для сравнения. В одном случае говорили: «Опишите этого преступника», а в другом: «Расскажите о герое нашей современности».

В первом случае опрашиваемые говорили: «Низкий лоб свидетельствует о кретинизме, выступающий подбородок — о жестокости и замкнутости. Подобие улыбки — о садистских наклонностях...»

Во втором случае: «Высокий лоб свидетельствует об интеллекте, честности и открытости. Густые брови выделяют волевой настрой, смелость. Улыбка показывает, как добр этот человек».

И эти разные мнения об одном и том же человеке!

Очевидно, что наше мнение зависит не только от самого объекта, но и от того эталона, с которым его сравнивают.

Отсюда практический вывод: если нельзя управлять самим объектом, то можно управлять эталонами, с которыми его сравнивают наши контрагенты. Поэтому, в зависимости от задачи, Ваша контраргументация может присоединяться к разным эталонам.

**ВЫСОКИЙ ЭТАЛОН**

В сравнении с названным эталоном, обвинять далее просто невыгодно, глупо или даже абсурдно.

**ПРИМЕР**

**КРЫША — КРЫШЕЙ, А ФИНАНСЫ — ФИНАНСАМИ**

Встреча кандидата в депутаты с избирателями. Звучит обвинение из зала:

— Порядка нет: крыша течет, колонка не работает, на улицах беспредел...

Ответ: — Мужики в зале есть? Почините женщине крышу. Или нет мужиков в зале? Давайте так договоримся. Мужики будут сами — без помощи депутата — чинить крышу, а я буду следить за тем, чтобы они вовремя получали зарплату, и у них было, на что купить инструмент. Я специалист по финансам и должен разобраться со своевременной выплатой зарплат, пенсий и детских пособий, которые люди не получают годами. Хотя я могу и крышу женщине починить, да и другую мужскую работу тоже. В общем, женщина будет довольна. Итак, мужики, чем мне заниматься? Вашими женами или Вашей зарплатой?

**ОБЩИЙ ЭТАЛОН**

Приводится настолько общий эталон, что включает в себя обвинение как ничтожно малую часть.

**ПРИМЕР**

**РОССИЯ, СТАРУШКА И ЧАЙНИК**

Старушка украла жестяной чайник стоимостью дешевле пятидесяти копеек. Она... подлежала суду присяжных. По наряду ли, или так, по прихоти, защитником старушки выступил Плевако.

Прокурор решил заранее парализовать влияние защитительной речи Плевако и сам высказал все, что можно было сказать в защиту старушки: бедная старушка, горькая нужда, кража незначительная, подсудимая вызывает не негодование, а только жалость. Но собственность священна, и все наше гражданское благоустройство держится на собственности; если мы позволим людям потрясать ее, страна погибнет.

Поднялся Плевако: «Много бед, много испытаний пришлось претерпеть России за ее больше чем тысячелетнее существование. Печенеги терзали ее, половцы, татары, поляки. Двунадесять языков обрушились на нее, взяли Москву. Все вытерпела, все преодолела Россия, только крепла и росла от испытаний. Но теперь, теперь... Старушка украла старый чайник, ценою в 30 копеек. Это уж Россия не выдержит, от этого погибнет безвозвратно». Старушку оправдали.

**НИЗКИЙ ЭТАЛОН**

По сравнению с названным эталоном, «обвинение» выглядит нейтральным или почти достоинством.

**ПРИМЕР**

ГАЗА НЕТ, ТЕМ НЕ МЕНЕЕ...

На встрече кандидата в депутаты с избирателями важно пресечь в самом начале поток мелких частных проблем каждого. Для этого проблемы дробятся до мельчайших (вводятся низкие эталоны), а иногда доводятся до абсурда. Звучит обвинение:

— У людей даже газа в селе нет, а Вы говорите о каких-то инвестициях в производство.

Ответ: — В этом селе у людей нет газа, в другом — стоит шахта, в третьем — сломалась канализация, в четвертом — шторы некому в клубе повесить. Проблем масса. Тем не менее, производство должно заработать.

Все эти техники становятся эффективными только в случае их постоянного применения, регулярной практики и адаптации «под себя». Для успешной контраругментации мало просто знать приемы, нужно пробовать свои силы, накапливать опыт и уверенность.  Какие-то подходы Вам будут удаваться лучше и со временем станут Вам «помощниками». Другие будут использоваться реже, или вообще Вам не подойдут. Это не страшно. Важно, что Вы научитесь лучше слушать и слышать своих оппонентов и профессионально отстаивать собственную позицию

**38 Приведите примеры эффективных способов привлечения (удержания) внимания аудитории.**

## Прием 1. Используйте вопросно-ответный план выступления

Смело рассуждайте вслух над поставленной перед вами задачей. Задавайте аудитории вопросы, рассказывайте много новых, неизвестных фактов, выдвигайте возможные сомнения, приходите вместе к определенным выводам.  Этот прием побуждает каждого слушателя вникнуть в суть рассматриваемого вопроса.

онлайн-курс

Сторителлинг

За 5 недель вы научитесь красиво, грамотно, легко и убедительно излагать свои мысли, чтобы вас было интересно читать и слушать, и чтобы ваши истории вызывали эмоции, заставляли задуматься и вдохновляли на нужные действия.

[Посмотреть программу](https://4brain.ru/lnd/?cb=storytelling&ici_source=inlbanner&ici_medium=inl41)

На заметку: в маленькой аудитории, от оратора в большей степени ждут непосредственного, живого общения, нежели длинного монолога.

## Прием 2. Обращайтесь к разным погодным условиям

Говоря о каком-либо событии, усильте свою речь, сославшись, например, на теплую, солнечную, сухую погоду: «…даже природа радуется в этот торжественный день вместе с нами».

## Прием 3. Добавьте юмора

Довольно часто в серьезную, деловую по содержанию речь вводят [шуточные высказывания](https://4brain.ru/blog/%D1%8E%D0%BC%D0%BE%D1%80-%D0%B2-%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%BC-%D0%B2%D1%8B%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8/), анекдоты и т.п. Юмор — лучшее средство разрядки скованности, оживления внимания слушателя. После удачной шутки большая часть из присутствующих начинает улыбаться, испытывать доверие к оратору, у аудитории появляется интерес к речи.

Имейте в виду: люди в больших аудиториях, как правило, солидаризируются, единодушно либо одобряют, принимают оратора, либо напротив — критикуют. И это, несмотря на то, что с самого начала каждый из слушателей по-разному был настроен на речь.

## Прием 4. Обращайтесь к речи предыдущего оратора

Чтобы достичь взаимопонимания с аудиторией:

* цитируйте предыдущего оратора;
* обыгрывайте его выражения и слова;
* соглашайтесь или не соглашайтесь с его мнением.

## Прием 5. Ссылайтесь на авторитетные источники

Высказывания крупных ученых; изречения видных деятелей; ссылка на популярные издания  — как нельзя лучше подкрепят вас в вашей позиции — вызовут доверие, увлекут слушателя.

## Прием 6. Выбирайте тему и слова обращения с учетом обстановки

[К каждому выступлению готовьтесь тщательно](https://4brain.ru/blog/9-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB-%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/) — оратор, не обдумавший план выступления, часто «уходит» от главной темы доклада. Продуманный текст исключает повторений, заминок, делает речь более уверенной. Оцените, соответствует ли ваше выступление:

* обстановке;
* возрасту слушателей;
* установкам аудитории;
* уровню знаний слушателей.

Не забывайте время от времени по обстановке повторять обращения:

* Дорогие друзья!
* Юные друзья!
* Уважаемые дамы и господа!
* Глубокоуважаемые коллеги!

Используйте разные формулировки.

## Прием 7. Голосовые приемы

Монотонная речь — усыпляет.  Очень быстрая речь — вызывает желание перестать слушать. Одним [из интересных ораторских приемов](https://4brain.ru/blog/6-%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BD%D0%B0-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5-%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/) является пауза — придает значимость сказанному, удерживает внимание.

[Поддержать внимание слушателей](https://4brain.ru/blog/%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F/) можно и за счет всем известных голосовых приемов:

* [понижения тона голоса](https://4brain.ru/blog/%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D1%81%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81-%D0%BD%D0%B8%D0%B6%D0%B5/);
* повышения тона голоса;
* изменения громкости голоса;
* изменения темпа речи.

## Пример 8. Приводите примеры из личной жизни или художественной литературы

Легко оживляют выступления: пословицы, поговорки, примеры из художественной литературы или просто из жизни.

Каждый ваш слушатель — это личность со своим темпераментом, особенностями характера, своими жизненными установками, состоянием нервной системы. Перед вами стоит очень непростая задача — удержать внимание аудитории до конца выступления. Мы надеемся, что вы нашли верное решение, как заинтересовать всех и каждого — как установить контакт с любой аудиторией.

**65 Найдите и опишите не менее 5 примеров использования техники аналогий.**

**Список использованных источников**

1 Зинкевич-Евстигнеева Т.Д. Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд – М.: Речь, 2011.

2 Корниенко В.И. Управленческая команда: формирование и технологии функционирования: Учеб. пособие / В.И.Корниенко; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М. : Изд-во РАГС, 2010. - 190 с.

3 Сафонова, Н. М. Лидерство и командообразование : учебное пособие / Н. М. Сафонова. — Набережные Челны :Набережночелнинский государственный педагогический университет, Печатная галерея, 2017. — 68 c. — ISBN 2227-8397.

4 Столяренко, Л.Д. Психология делового общения и управления / Л.Д. Столяренко. – Ростов-на Дону : Феникс, 2005, - 401 с.