**Тема 4. УСТНАЯ ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

1. **Речевая деятельность как основа устной речевой коммуникации;**
2. **Специфика устной деловой речи; отличительные черты;**
3. **Основные жанры устной деловой коммуникации;**
4. **Коммуникативные стратегии эффективного общения**

**1. Речевая деятельность как основа устной речевой коммуникации**

**Речевая деятельность** представляет собой процесс и является самым распространенным и самым сложным видом человеческой деятельности.

Существуют **четыре вида речевой деятельности: аудирование (слушание), говорение, чтение, письмо.**

*На две трети человеческая деятельность состоит из речевой. Особенность речевой деятельности заключается в том, что она всегда включается в более широкую систему деятельности как необходимый компонент.*

*Речевая деятельность имеет сознательный характер. Между адресатом и адресантом всегда выстраивается система «язык-высказывание-предмет речи».*

**Основные единицы речевого общения:**

1. **Речевая ситуация** диктует правила речевого этикета, это структура, или контекст высказывания. Составляющие речевой ситуации: говорящий, слушающий, время и место общения.
2. **Речевое событие** - это основная единица речевого общения, некое законченное целое со своей формой, композицией и границами (например, школьный урок, заседание кафедры, лекция, диалог в магазине). Структура речевого события: 1) речевая ситуация; 2) обстоятельства, при которых происходит общение.
3. **Речевое взаимодействие** - это говорение, восприятие речи адресатом (то есть декодирование содержания чужой речи), оценка полученной информации и реагирование с помощью невербальных (паралингвистических) средств.

**Основные принципы речевой коммуникации:**

• принцип последовательности (вопрос - ответ);

• принцип предпочтительной структуры (немедленное согласие, обоснованный отказ, умение держать паузу);

• принцип кооперации (уважение интересов других);

• принцип вежливости.

**Слушание как вид речевой деятельности**

Необходимым условием эффективного речевого общения является умение слушать. Это очень редкое качество. Слушание - это психологическая готовность к контакту с другим человеком. Как утверждают специалисты, слушание - не только тяжелый труд, но и ценнейший дар. Исследования показывают, что умением сосредоточенно и выдержанно выслушать собеседника обладают не более 10 % людей. Слушание, или аудирование, - очень сложный речемыслительный процесс, так называемый «кодовый переход» с акустического кода, в котором слушающий воспринимает мысль, высказанную другим человеком, на код внутренней речи, то есть на мыслительный код. В этом и состоит понимание воспринятой речи, ибо мыслительный код каждого человека индивидуален (в том смысле, что его память хранит определенный фонд образов, схем, представлений, понятий).

Таким образом, **слушание** представляет собой вид речевой деятельности, при котором происходит одновременное восприятие и понимание звучащей речи.

**Виды слушания**

Психологи выделяют два вида слушания: рефлексивное и нерефлексивное.

**Нерефлексивным** называется такой вид слушания, который не предполагает вербально выраженной реакции на услышанное. На первый взгляд, подобное слушание кажется пассивным, но оно требует значительного физического и психологического напряжения. В диалогическом общении нерефлексивное слушание используется в таких ситуациях, когда один из собеседников взволнован, хочет выразить свое отношение к тому или иному событию, обсудить наболевшие проблемы, но испытывает трудности в выражении мысли. Однако нерефлексивное слушание не всегда бывает уместным. Отсутствие вербальной реакции на сообщение может быть воспринято говорящим как знак согласия.

Именно поэтому в деловом общении преобладает другой вид слушания - **рефлексивный**, который предполагает активное вмешательство в речь собеседника, оказание ему помощи в выражении своих мыслей и чувств, создание благоприятных условий для общения. Суть рефлексивного слушания заключается в выражении реакции на сообщаемое. Реакции могут быть различными:

• реакция согласия: *Вот именно. Правильно. Несомненно. Дада! (легкий кивок головы);*

• реакция удивления: *Да что Вы! Что Вы говорите! Подумайте только! (покачивание головой из стороны в сторону);*

• реакция усвоения информации: *Угу. Так-так (легкий кивок головы); • реакция негодования: Ну знаете! Это уж слишком! (энергичные движения головой).*

Таким образом, рефлексивное слушание предполагает активное использование жестикуляции, мимики и позволяет обоюдно регулировать процесс передачи информации. Возможность уточнить, переспросить услышанное делает рефлексивное слушание более эффективным, чем нерефлексивное.

**И. Атватер в книге «Я вас слушаю...» выделяет четыре вида рефлексивных ответов: выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.**

• ***Выяснение*** - это обращение к говорящему за уточнениями; оно помогает сделать сообщение более понятным слушающему. Чтобы получить дополнительную информацию или уточнить смысл отдельных высказываний, слушающий может употребить следующие формулы: *Пожалуйста, уточните это. В этом ли состоит проблема? Как Вы ее понимаете? Не повторите ли Вы еще раз? Что Вы имеете в виду?*

Уже сам факт заинтересованности в предмете сообщения, желание вникнуть в суть проблемы делают диалог более продуктивным. Для уточнения информации слушающий может использовать открытые и закрытые вопросы. Открытые вопросы заставляют говорящего расширить или сузить свое первоначальное сообщение; такой тип вопросов обычно предпочтительнее. Закрытые вопросы, требующие простых ответов - да или нет, переключают фокус общения с говорящего на слушающего, заставляя говорящего подчас защищаться.

• ***Перефразирование*** - это попытка сформулировать ту же мысль иначе. В беседе перефразирование состоит в передаче говорящему его же сообщения, но словами слушающего.

Цель перефразирования - собственная формулировка сообщения говорящего для проверки точности понимания. Перефразирование можно начать словами: *Как я понял Вас... По Вашему мнению... Как я понимаю, Вы говорите / считаете... Другими словами, Вы считаете / полагаете... .*

Таким образом, перефразирование сообщения дает возможность говорящем увидеть, что его слушают и понимают, а если понимают неправильно, то существует возможность своевременно внести соответствующие коррективы в сообщение.

• ***Отражение чувств*** говорящего, понимание его установок и эмоционального состояния слушающим - это также один из видов рефлексивного ответа. Хотя различие между чувствами говорящего и содержанием сообщения не всегда легко уловить, часто оно имеет решающее значение для дальнейшего хода беседы.

• ***Резюмирование*** высказывания помогает соединить фрагменты разговора в смысловое единство. Оно подытоживает основные идеи говорящего и весьма уместно в продолжительных беседах. Без резюмирующих заявлений собеседники могут потратить много времени, реагируя на поверхностные, отвлекающие реплики вместо обсуждения содержания самой проблемы. Резюмирование необходимо в проблемных ситуациях, а также при обсуждении разногласий, урегулировании конфликтов, рассмотрении претензий. Резюмирующие высказывания формулируют по-разному, но типичными вступительными фразами могут быть следующие: *То, что Вы в данный момент сказали, может означать... Вашими основными идеями, как я понял, являются... Если подытожить сказанное Вами, то... .*

**Существует несколько правил эффективного слушания, сформулированных И. Атватером:**

• не уходите от ответственности за общение; помните, что в общении участвуют как минимум два человека: один говорит, другой слушает (причем в роли слушающего собеседники выступают попеременно); будьте внимательными, повернитесь лицом к говорящему, поддерживайте с ним визуальный контакт; убедитесь, что Ваша поза и жесты говорят о том, что Вы слушаете;

• сосредоточьтесь на словах собеседника, поскольку слушание требует сознательной концентрации внимания, а сосредоточенным внимание может быть недолго;

• старайтесь понять не только смысл слов, но и чувства собеседника; помните, что люди передают свои мысли и чувства «закодированными» - в соответствии с социально принятыми нормами; воспринимайте не только информацию, но и передаваемые чувства;

• придерживайтесь одобрительной установки по отношению к собеседнику, это создает благоприятную атмосферу для общения; чем большее одобрение чувствует говорящий, тем точнее он выразит то, что хочет сказать; любая отрицательная установка со стороны слушающего вызывает защитную реакцию, чувство неуверенности и настороженность в общении.

В подтверждение важности овладения навыками слушания приведем слова Д. Карнеги: ...Умение слушать встречается, видимо, гораздо реже, чем чуть ли не любое другое хорошее качество. Именно дружелюбный, сочувственно настроенный слушатель нужен нам, когда у нас неприятности. И зачастую это все, чего хотят раздраженный клиент, недовольный служащий или обиженный друг.

**2. Специфика устной деловой речи; отличительные черты.**

1. **Спонтанность, неподготовленность.**

*При создании даже таких простых письменных текстов, как записка или дружеское письмо, каждое высказывание в той или иной степени обдумывается, при создании же таких сложных текстов, как договор, приказ, речь идет о кропотливой и сложной работе. Такие тексты пишутся сначала вчерне, затем обсуждаются, редактируются и утверждаются. Ни одна из особенностей такого текста не может и не должна остаться незамеченной.*

В **устной** же с**понтанной речи** все обстоит иначе: момент продуцирования (создания) речи совпадает с моментом обдумывания и с моментом произнесения. Иными словами, мы обдумываем «что сказать» и «как сказать» в самом процессе говорения. При этом сознание настолько занято этой напряжённой работой, что особенности спонтанной речи не фиксирует, т.е. мы сами часто не знаем, как мы говорим.

1. **Непосредственность**

*Письменная деловая речь представляет собой опосредованное общение, т.е. общение происходит посредством письменного текста (письма, договора, распорядительного документа…). При этом общающиеся лишены возможности переспросить, уточнить что-либо, видеть реакцию собеседника.*

При непосредственном общении говорящий не просто видит реакцию собеседника, но имеет возможность ее учитывать.

1. **Использование паралингвистических средств.**

В процессе устного непосредственного общения, в отличие от письменного, опосредованного, обмен информацией протекает сразу по нескольким каналам: слуховому, зрительному и т.д., что, в свою очередь, обусловливает перераспределение информационной нагрузки между ними. Проводниками информации становятся **паралингвистические средства**: жесты, мимика, интонация, тон и темп речи. Причём перераспределение информации между вербальными и невербальными средствами происходит постоянно. Деловое общение оказывается как бы вплавленным в речевую ситуацию, неотделимым от неё. Это определяется и наличием так называемых фоновых знаний – совместных знаний по предмету обсуждения, которыми располагают общающиеся.

Таким образом, спонтанность речи, опора на фоновые знания, объекты передачи зрительной информации (графики, таблицы, договоры) делают структуру устной речи фрагментарной, неупорядоченной, негладкой.

В устной речи возможно использование клишированных слов и словосочетаний, но это не единицы ОДС. Устная речь обладает своим арсеналом устойчивых выражений и прецедентных текстов, которые ассоциируются с устностью, разговорностью.

***Скорее всего, проще говоря, в двух словах, сводить концы с концами, остаться при своих интересах, ударить по рукам, пустить на самотек, завязать отношения, пустить пыль в глаза и пр.***

Помимо приведённых выше выражений и фразеологизмов, в УДР используется большое количество профессиональных идиом: ***расписать сумму, разнести по ведомостям, поднять отчётность, снять с баланса, наработать связи, выйти на потребителя, запустить в работу и пр.***

1. **Отсутствие жёсткого текстового каркаса (**в отличие от письменных

деловых текстов, документов, где соблюдается закреплённость каждой смысловой части формально - логическим принципом организации, строгостью правил оформления).

***Устная деловая речь***, в свою очередь, имеет **диалогическую и монологическую формы.**

1. **Монологическая речь** тяготеет к книжной речи (это публичная речь);
2. **Диалогическая речь** тяготеет к разговорной (это межличностное общение).

 Безусловно, УДР не соответствует стилистическим особенностям ПДР, тем не менее, это разновидность ОДС, требующая соблюдения всех присущих ему стилевых черт и особенностей.

Тем не менее, устная форма делового языка является разновидностью официально - делового стиля русского языка, требующей соблюдения всех присущих ему стилевых черт и особенностей. Деловой язык используется во всех сферах, имеющих отношение к бизнесу, трудовой деятельности, производству (делу), и является средством взаимодействия в деловых кругах. Ведущая роль в формировании языковых особенностей делового языка принадлежит официально - деловому стилю русского литературного языка.

**3. Основные жанры устной деловой коммуникации**

 **1. Публичная речь** - монологическая ораторская речь, адресованная определённой аудитории, которая произносится с целью информирования слушателей и оказания на них желаемого воздействия (убеждение, внушение, воодушевление, призыв к действию и т.д.).

 У публичного выступления всегда есть определённая цель - донести информацию, научить, мотивировать и проч.

Как всякое публичное выступление, **презентационная речь** строится по определенным принципам. Эти принципы таковы.

1. **Принцип краткости.** Обычно презентационная речь составляется с расчётом на 10–15-минутное выступление. С другой стороны, объем выступления должен быть достаточным для раскрытия основной темы выступления.
2. **Принцип последовательности.** Все микротемы выступления должны быть подчинены основной теме. Все части выступления должны быть взаимосвязаны и взаимообусловлены.
3. **Принцип целенаправленности.** Выступление должно быть подчинено ясной логике. Сам выступающий, а за ним и слушатели должны осознавать направленность выступления, соответствие его логической структуры следующей цепочке: проблема → тема → тезис → аргументы. Тезис – это основное положение выступления, аргументы – доказательства, приводимые в поддержку тезиса.
4. **Принцип усиления.** Речевое воздействие должно усиливаться от начала к концу выступления. Это может быть достигнуто расположением материала по значимости, усилением эмоционального накала изложения при помощи словесных и интонационных средств.
5. **Принцип результативности.** Выступление должно содержать некоторый предлагаемый слушателям вывод, призыв к действию, рекомендации. Вывод или призыв должен быть сформулирован в ёмкой, запоминающейся словесной формуле.

**Для активизации внимания слушателей рекомендуется использовать следующие приёмы:**

1. **Выделение структуры выступления с помощью когезивных средств:** *начну с…*; *теперь о…*; *и наконец о…*; *в заключение отмечу, что…*

*Позвольте мне начать с истории возникновения нашего предприятия.*

*Если позволите*, *я начну с проекта создания нашей инвестиционной компании.*

*Теперь позвольте рассказать о реализации наших планов. В отношении сегодняшнего состояния дел…*

*Несколько слов о наших планах…*

*В заключение позвольте выразить надежду… Позвольте в завершение выразить уверенность…*

1. **Диалогизация монолога,** причём форма диалога может быть открытой и скрытой. Открытый диалог представляет собой вопросно - ответную систему общения с аудиторией. Он менее характерен для этого жанра публичной речи.

Наиболее характерны для публичной речи скрытые формы диалога: вопросы самому себе, скрытые и косвенные вопросы.

*Как вы уже*, *наверное*, *знаете…*

*Что можно сказать о популярности новых видов связи? За ними будущее*, *они стремительно завоёвывают рынок коммуникаций.*

1. **Авансирование** – затягивание сообщения важной или интересной мысли, идеи, некоторых подробностей, которые наверняка интересуют слушателей. В этом случае выступающий сначала упоминает о том или ином факте, а затем говорит:

*Но об этом несколько позже…*

*Об этом подробнее я расскажу потом… Остановимся на этом попозже…*

1. **Акцентировка существенно важной информации**. Акцентировать сообщаемое можно изменением темпа, ритма речи, паузами, интонацией. При монотонном, бесстрастном изложении показатели внимания значительно ухудшаются. Во время публичного выступления можно использовать так называемую «вокальную спираль» – постепенное увеличение громкости и темпераментности изложения к концу речи.
2. **Демонстрация образцов изделий, товаров, буклетов.** Обычно на презентациях гостям вручают небольшие сувениры: буклеты, открытки, образцы товара в рекламных целях.
3. **Использование юмора.** В торжественных речах юмор использовать не принято, однако небольшие вкрапления шутливых замечаний не повредят общему настрою и помогут привлечь внимание и симпатии аудитории к оратору.

**2. Деловая беседа** — это целенаправленная, с заранее планируемым эффектом устная коммуникация, которая служит решению производственных проблем и предполагает выработку соответствующих решений.

К основным функциям любой деловой беседы можно отнести следующие:

* + - начало мероприятий и процессов;
		- контроль и координирование уже начатых мероприятий, акций;
		- обмен информацией;
		- взаимное общение работников одной организации, межличностные и деловые контакты;
		- поддержание деловых контактов с партнёрами во внешней среде;
		- поиски, выдвижение и оперативная разработка новых идей и замыслов;
		- стимулирование движения человеческой мысли в новых направлениях.

Как правило, деловые беседы планируются заранее. В процессе подготовки определяются предмет беседы, круг вопросов, который целесообразно обсудить, основные намерения, которые необходимо осуществить. При проведении бесед зачастую используются разнообразные документы и материалы, их также нужно заранее подготовить. Особое внимание следует уделить отработке хода беседы: продумать вопросы, которые необходимо задать собеседнику; определить желаемый конечный результат; установить регламент и место проведения беседы; определить её стратегию и тактику. С другой стороны, нельзя перебивать речь собеседника; негативно оценивать его высказывания; подчёркивать разницу между собой и партнёром; резко убыстрять темп беседы; вторгаться в личную зону партнёра; пытаться обсуждать вопрос, не обращая внимания на то, что партнёр возбуждён; не желать понять психическое состояние партнёра в момент собеседования.

### Структура деловой беседы

Деловая беседа состоит из пяти фаз:

1. начало беседы ;
2. передача информации;
3. аргументирование;
4. опровержение доводов собеседника;
5. принятие решений

Исследователями выделены факторы, позволяющие деловой беседе пройти успешно:

* 1. профессиональные знания дают возможность для реализации высокой объективности, достоверности и глубины изложения информации, а также для владения ситуацией;
	2. ясность — позволяет увязать факты и детали, избежать двусмысленности, путаницы, недосказанности;
	3. наглядность — максимальное использование иллюстративных материалов (документов, информационных источников, таблиц, схем и пр.), общеизвестных ассоциаций и параллелей — снижает абстрактность изложения информации;
	4. постоянная направленность — следует постоянно держать в голове основные задачи беседы и в какой-то мере знакомить с ними собеседника;
	5. ритм - повышение интенсивности беседы по мере приближения её к концу.
	6. повторение — повторение основных положений и мыслей помогает собеседнику воспринять информацию;
	7. элемент внезапности — представляет собой продуманную, но неожиданную для собеседника увязку деталей и фактов;
	8. «насыщенность» рассуждении — необходимо следить за тем, чтобы в ходе беседы чередовались «взлёты», когда от собеседника требуется максимальная концентрация, и «спады», которые используются для передышки и закрепления мыслей и ассоциаций у собеседника;
	9. рамки передачи информации — французский писатель и мыслитель Вольтер как-то сказал: «Секрет быть скучным состоит в том, чтобы рассказывать все»;
	10. юмор и ирония — в определённой дозе и ситуативно уместны, они поднимают дух собеседников, их готовность к восприятию даже неприятных аспектов беседы.

В практике устного делового общения очень важно соблюдать **правила ведения деловых бесед**. В книге *О. Эрнста «Слово предоставлено Вам: практические рекомендации по ведению деловых бесед и переговоров»* рассмотрены некоторые недостатки в стратегии проведения переговоров. В их число входят:

• **«холодный запуск»** - партнер вступает в переговоры, не обдумав в достаточной степени их необходимость, цель и возможные последствия. В этом случае он будет делать лишь «ответный ход», то есть реагировать, а не действовать. Инициатива будет исходить не от него;

• **«отсутствие программы»** - у партнера нет четкого плана действий относительно достижения максимальных и минимальных целей. Разумнее вести переговоры, предусмотрев различные варианты действий;

• **«главное, чтобы меня это устраивало»** - партнер настолько увлечен отстаиванием собственных интересов, что представители другой стороны не видят для себя никаких преимуществ. Подобные несовпадения интересов, зачастую вызываемые узковедомственными или просто эгоистичными соображениями, «блокируют» собеседника, у которого пропадает желание вести переговоры;

• **«пускать все на самотек»** - у партнера нет конкретных предложений, аргументов и критериев оценки предмета переговоров, не высказывает детальных требований; он не имеет четкого представления о позиции и возможной реакции противной стороны. Эффективность переговоров снижается в силу их недостаточной подготовленности;

• **«коммуникативные ловушки»** - достижение целей переговоров затрудняется по причине неправильного поведения одного из участников, который:

 - не слушает партнера;

- постоянно пытается перейти от диалога к монологу;

- проявляет излишнюю эмоциональность, несдержанность;

- упрямо отстаивает свою позицию, никак не аргументируя ее;

- вместо новых фактов приводит только известные или мешающие решению проблемы доводы;

- не руководствуется общими интересами, не осознает совместной ответственности за результаты переговоров.

1. **Деловое совещание** (служебное или деловое) — это способ коллективного целенаправленного обмена информацией, заканчивающийся принятием конкретных решений.

Деловое совещание является одной из форм делового общения, цель которого - коллективное обсуждение, осмысление проблем и вопросов предприятия (организации) и принятие соответствующего решения.

 Разновидностями расширенного совещания являются: симпозиум, конференция, конгресс и съезд.

1. **Деловые переговоры -** это вид совместной с партнёром деятельности, направленной на решение проблемы.

 Это форма деловой коммуникации, целью которой является поиск решения (выработка решения) проблем, приемлемого для всех сторон. Успешные переговоры - это, прежде всего, взаимовыгодные решения.

 Таким образом, целью переговоров обычно является достижение договорённости об участии сторон в деятельности, результаты которой будут использованы для обоюдной выгоды.

**Переговоры** - частный случай общения людей. Для успешного ведения переговоров необходимо знать **правила эффективного общения**, которые можно свести к перечню максим, основанных на соблюдении принципа взаимной вежливости.

 **Максима** - краткая формула, выражающая какое-либо моральное требование, логические или этические убеждения. Существует несколько видов максим.

• **Максима такта** (*Не нарушай границ личной сферы!*). Это максима деликатного отношения к личной сфере партнера. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает соблюдение определенной дистанции между участниками. Не стоит затрагивать потенциально конфликтные, табуированные темы (частную жизнь, политические и религиозные взгляды).

• **Максима великодушия** (*Не затрудняй других!*). Это максима необременения собеседника. Деловое предложение надо сформулировать таким образом, чтобы его решение можно было при необходимости отложить. Не следует связывать партнера обещанием или клятвой, требованием дать немедленный ответ по причине особых финансовых или других объективных причин.

• **Максима одобрения** (*Не ругай других!*). Это максима позитивности в оценке других. Атмосфера, в которой происходит речевое взаимодействие, определяется не только позициями собеседников по отношению друг к другу, но и позицией каждого по отношению к действительности и тем, совпадают ли эти позиции. Если оценки партнеров (позитивные или негативные) не совпадают, это сильно затрудняет реализацию коммуникативной стратегии каждого участника ситуации общения.

• **Максима скромности** (*Отстраняй от себя похвалы*!). Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является, по возможности, реалистичная и объективная самооценка. Слишком завышенные или заниженные самооценки могут отрицательно повлиять на установление контакта.

• **Максима согласия** (*Избегай возражений!*). Это максима неоппозиционности. Она предлагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи, а именно - сохранения предмета взаимодействия, «снятия конфликта» путем совместной коррекции коммуникативных тактик собеседников.

• **Максима симпатии** (*Демонстрируй благожелательность!)*. Это максима доброжелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Недоброжелательность делает речевой акт безуспешным. Определенную проблему в общении представляет так называемый безучастный контакт, когда собеседники, не будучи врагами, не демонстрируют и доброжелательности по отношению друг к другу. Максима симпатии дает основание рассчитывать на положительное развитие речевой ситуации при намечающемся конфликте.

• **Максима взаимной вежливости** состоит в том, что не только её нарушение, но и неумеренное, слишком усердное соблюдение вызывает дискомфорт.

**Речевые приёмы ведения устных деловых переговоров**

Специалисты в области современной риторики выделяют более 100 речевых приёмов ведения деловых переговоров. Наиболее популярные из них:

• **«тактика отстранения»,** которая проявляется тогда, когда привычное, обыденное рассматривается в неожиданно новом ракурсе: *А что, если мы откажемся от наших взаимных претензий... Обратимся для разрешения конфликтной ситуации к третьей стороне... Будем считать, что произошедшее — это недоразумение... Давайте начнем с чистого листа;*

• **«тактика неожиданного выдвижения новых гипотез»:** *Представим себе... А что если предположить... Давайте подумаем, что произойдет, если... Допустим... Нельзя не принять во внимание...',*

• **«тактика частичного согласия»,** которая используется для лояльного возражения собеседнику с целью придать конструктивный тон беседе, сохранить доброжелательную интонацию спора: *Вы абсолютно правы, но (однако) в то же время... Нельзя не принять во внимание... С одной стороны, я согласен с Вашими доводами, но с другой стороны... Конечно, Вы правы, но, как специалист, Вы понимаете, что... Трудно не согласиться с Вами, и все же...;*

• **«тактика предупреждения негативной реакции»** адресата, которая выражается в готовности извиниться или взять вину за сложившуюся ситуацию на себя: *Простите, я вас побеспокою... Не хочу Вас огорчать, но... Предвижу Ваше недовольство... Не сердитесь, но...;*

• **«тактика снятия напряжения»** с помощью обращения говорящего к предшествующим высказываниям собеседника с целью выяснить, придерживается ли он ранее сформулированного мнения: *Я бы хотел вернуться к Вашему предложению (сосредоточиться на Вашем видении проблемы)... Если вновь обратиться к Вашему предложению... Как я сумел понять, Вы предлагаете... Давайте вернемся к Вашему предложению... Прежде Вы настаивали на...*

1. **Коммуникативные стратегии эффективного общения**

• Запоминайте имя человека и демонстрируйте своё знание. До начала переговоров необходимо выучить имена их участников или расставить на столах двусторонние таблички;

• искренне интересуйтесь делами других. Человеческая жизнь и деятельность - это всегда кооперация, совмещение усилий многих людей. Надо отказываться от коммуникативного пессимизма - привычки всех критиковать, проявлять недовольство окружающим миром. Именно среди людей, занятых исключительно собой, чаще всего встречаются неудачники.

• будьте хорошим слушателем и поощряйте своих собеседников говорить о самих себе. Хорошие слушатели встречаются реже, чем хорошие ораторы. Человек, который умеет побуждать других говорить о себе и внимательно слушать, считается отличным собеседником, даже если при этом сам мало говорит;

• старайтесь поддерживать беседу на тему, интересующую Вашего собеседника;

• внушайте Вашему собеседнику мысль о его значимости, так как человек всегда ищет одобрения со стороны тех, с кем вступает в беседу. В процессе общения Вы должны показать, что готовы поучиться у своего собеседника. Избегайте говорить человеку, что он не прав. Уважайте его мнение;

• драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно;

• старайтесь отдавать приказы и распоряжения в вопросительной форме, используя ***приёмы непрямой коммуникации*** (*Не могли бы Вы исправить отчёт? - вместо: Исправьте отчёт.*);

• демонстрируйте открытость, чаще улыбайтесь. Улыбка длится мгновение, а в памяти порой остаётся навсегда;

• используйте любую возможность, чтобы проявить любезность и дипломатичность;

• сохраняйте хладнокровие в обстановке самой жаркой дискуссии;

• всегда стремитесь к компромиссу.