**Лекция 8. УСТНОЕ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ. ЭТИКЕТ**

**УСТНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.**

Существует много научно-популярных работ, помогающих, по выражению Д. Карнеги, «приобретать друзей», то есть овладевать **приемами расположения к себе собеседника**, без знания которых трудно представить современное деловое общение. Среди подобных приемов выделяют:

• Прием **«имя собственное»**, основанный на произнесении вслух имени (в деловой обстановке - имени-отчества) человека, с которым вы разговариваете. Помните, что имя человека - это самый важный и самый сладостный для него звук на любом языке, — писал Д. Карнеги. Собеседник подсознательно испытывает доверие к источнику положительных эмоций.

• Прием **«зеркало отношения»**, выражаемый формулой mind your face и связанный с тем, что мы испытываем симпатию к собеседнику, на лице которого, как в зеркале, отражается хорошее отношение к нам. Это должно быть выражение доброе и приятное. Специалисты по имиджу и культуре речи уделяют огромное внимание улыбке и демонстрации максимально доброжелательного тона. Люди редко контролируют и регулируют «изображение» на своем «зеркале отношения», хотя сами внимательно следят и за тоном, и за выражением лица собеседника. Конечно, нельзя думать, что если вы один раз улыбнетесь человеку, то он сразу начнет действовать в ваших интересах. Однако сопротивления, конфликтов, которые отнимают много сил и энергии, будет значительно меньше. Не забывайте, что улыбка должна быть к месту, иначе собеседник может истолковать ее превратно.

• Прием **«золотые слова»**, заключающийся в использовании слов, содержащих небольшое сознательное преувеличение положительных сторон собеседника. Психологи называют такие слова комплиментами и считают их важнейшим элементом формирования положительного эффекта в служебных делах. Этот прием, довольно трудный в практике общении, поскольку в его основе лежит психологический механизм внушения, применяется в соответствии с определенными правилами: комплимент должен иметь один смысл, не содержать назиданий, не быть слишком банальным. Овладение данным приемом приносит общению огромную пользу. При этом стоит помнить об уместности комплиментов. В «вертикальном» общении комплимент едва ли уместен, поэтому восхищение следует выражать средствами невербальной семиотики (мимикой, улыбкой, взглядом). В горизонтальном общении комплиментарность имеет очевидный гендерный оттенок. Доминанта коммуникации - деловое общение - определяет ситуативную сферу комплиментов: деловые качества, пунктуальность, креативность и т. д.

• Прием **«терпеливый слушатель»**, представляющий собой умение терпеливо и внимательно слушать собеседника. Этот навык также помогает расположить к себе человека: говорящий удовлетворяет свою потребность в самовыражении, а слушающий, как источник положительных эмоций, получает некоторое усиление симпатии к себе. Использование данного приема расположения совпадает с основным требованием речевого этикета для устного общения: не перебивать собеседника, внимательно выслушивать его. Это умение необходимо в любой сфере человеческой деятельности.

Основные принципы этикета устного делового общения - внимательность и уважительное отношение к собеседнику - реализуются в нескольких **правилах:**

• необходимо проявить внимание к входящему в кабинет и предложить посетителю сесть, используя этикетные формулы: *Садитесь, пожалуйста; Прошу Вас (с указательным жестом), имея в виду, что речевая формула Присаживайтесь имеет просторечный оттенок;*

• не стоит сидеть в кресле в свободной позе, развалившись или нога на ногу, руки должны лежать на столе;

• неприлично осматривать посетителя с ног до головы;

• не следует повышать тон - напротив, рекомендуется постоянно демонстрировать психологическую силу путем сдерживания эмоциональной стихии собеседника;

• в конфликтных ситуациях нельзя перекладывать всю вину на другую сторону, целесообразнее разделить ответственность.

**Речевые приемы ведения устных деловых переговоров**

Специалисты в области современной риторики выделяют более 100 речевых приемов 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...*

Человеку, обремененному властью, необходим постоянный самоконтроль, и овладение этим искусством требует многих лет упорного труда. В официальной деловой обстановке используется минимум жестов и совершенно исключается фамильярность.

Голосовая экспрессивная модуляция и различные формы субъективного интонирования речи должны быть ограничены. Немаловажную роль в деловом общении играет заданная тональность. В современном деловом общении не принят начальственный императивный тон, приветствуется спокойный, ровный, сдержанный тон, в менее строгих деловых переговорах - доброжелательный и приветливый. Положительную оценку следует выражать нейтральным тоном с рационально-логическим контуром.

Средний темп деловой речи - 75-80 слов в минуту. Ускорение темпа требует четкой артикуляции, дабы речь не превратилась в скороговорку.

**Основы этикета телефонного разговора**

Умение говорить по телефону - один из важных аспектов культуры делового общения. Значение телефона в современной жизни трудно переоценить: более простого средства для общения людей на расстоянии пока не придумано, а телексы, телетайпы, факсы, электронная почта, средства мобильной связи лишь дополняют его. Это важнейший элемент имиджа любой компании. От того, как построена предварительная беседа, во многом зависит исход дела. Практика показывает, что деловой разговор по телефону является наиболее распространенной формой устной коммуникации. По мнению специалистов, современные менеджеры тратят на телефонные разговоры до 30% своего рабочего времени. С помощью мобильной телефонной связи повышается оперативность решения вопросов. Неожиданное вторжение в сферу абонента требует предупредительной просьбы о разрешении вступить в беседу (*Вам удобно сейчас говорить? Вы можете уделить мне несколько минут?)* или извинения за беспокойство (*Простите, что тревожу Вас; Извините за беспокойство (поздний, ранний звонок))*. Если номер абонента Вам известен, но Вы не смогли ему ответить, этикет требует при первой возможности перезвонить.

Некоторые американские специалисты в области делового общения полагают, что одна из причин убыточного существования ряда компаний - скверные манеры их служащих. Наиболее отчетливо отсутствие представлений об этикете общения проявляется при телефонном разговоре. Особенное удивление вызывает тот факт, что служащие даже самых известных фирм часто не владеют техникой ведения телефонных переговоров. В настоящее время все больше внимания уделяется этикету телефонного разговора. Он рассматривается как неотъемлемая составная часть образования «белых воротничков» новой формации.

Существуют некоторые обязательные **правила этикета телефонного разговора.**

**Если звонят Вам**, то, отвечая на телефонный звонок, следует:

• поднять трубку до четвертого звонка телефона;

• сказать *Доброе утро (Добрый день*), назвать организацию, которую Вы представляете, или свой отдел, представиться (сообщить фамилию и должность);

• задать вопрос: *Чем я могу Вам помочь (быть Вам полезным)?*

• если собеседник не назвал себя и причину своего звонка, выяснить это с помощью вопросов: *Простите, с кем я говорю? Как Вас представить*

• сосредоточиться на разговоре и внимательно выслушать собеседника;

• предложить перезвонить, если для выяснения деталей требуется время;

• обычно телефонный разговор заканчивает его инициатор, но, если разговор явно затянулся, можно сослаться на невозможность продолжить его по уважительной причине (при этом используются фразы: *Извините, ко мне пришел посетитель... Не могли бы мы перенести наш разговор, сейчас у меня важная деловая встреча...*),

• вести запись телефонных разговоров.

Необходимо помнить, что есть выражения, которых лучше избегать при телефонных разговорах, чтобы о вашей фирме не сложилось превратного представления. К подобным **телефонным табу,** в частности, относятся:

• ***Я не знаю***. Лучше сказать: Хороший вопрос. Разрешите, я уточню это для вас;

• ***Мы не сможем этого сделать***. Рекомендуется всегда в первую очередь сосредоточиваться на том, что вы можете сделать, а не на обратном;

• ***Вы должны...*** Следует говорить: В Вашем положении лучше бы сделать следующее...;

• ***Подождите секундочку, я скоро вернусь.*** Если Вам необходимо срочно отлучиться, попросите разрешения перезвонить в удобное для абонента время;

• ***Нет,*** произнесенное в начале предложения, невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению проблемы усложняется.

**Если звоните Вы:**

• уточните, говорите ли Вы с той организацией, куда хотели позвонить; • назовите себя и причину Вашего звонка;

• если того, с кем Вы договорились о телефонном разговоре заранее, нет на месте или он занят, попросите передать, что Вы звонили, и оставьте информацию, когда и где Вас можно найти;

• если Вы не знаете, в чьей компетенции находится Ваш вопрос, не стоит излагать суть дела тому, кто первым поднял трубку. Вежливо уточните: С кем я могу поговорить по поводу (называете повод)?;

• если необходимый вам человек отсутствует, поинтересуйтесь, когда лучше ему позвонить.

Не следует вести деловые переговоры в местах случайного скопления больших масс людей, в транспорте, в ресторанах и магазинах. Отличительной особенностью русского коммуникативного поведения является нарочитая самопрезентация, которая бывает весьма обременительной для окружающих и вовсе не повышает социальный престиж человека, а снижает его образ в глазах невольных слушателей его частных бесед. Такая черта поведения получила название телефонного эксгибиционизма, цель которого - элементарное желание недалекого человека привлечь к себе внимание, обнажая некоторые стороны своей частной жизни.

При телефонных разговорах не забывайте максимально уместно использовать формулы речевого этикета в соответствии с типичными ситуациями общения. Как показывает практика, даже беглое знакомство с правилами ведения телефонных переговоров увеличивает эффективность работы служащих (с вежливыми людьми приятно разговаривать!) и одновременно повышает уровень их удовлетворенности собственной работой.

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.