Реферат

на тему: «Приемы активного слушания в процессе коммуникации»

Краснодар 2010

Содержание

Введение

1. Виды слушания

2. Активное слушание

3. Приемы активного слушания

Заключение

Список используемой литературы

Введение

В условиях становления рыночных отношений в современной России появилось много людей, основным видом профессиональной деятельности или формой вторичной занятости которых стал бизнес, где умение вести себя является коммерческим успехом.

Для этого необходимо быть не только образованным человеком, но и психологом, оратором и обладать другими не мало важными способностями. Из выше сказанного можно сделать вывод об актуальности данной проблемы, которая будет интересна до тех пор, пока существует бизнес. С древних времён мы можем наблюдать его развитие от простых форм торговли до крупных мировых сделок. В настоящее время ему отводиться значительная часть в мировой экономике.

Важной частью бизнеса являются деловые беседы, переговоры, соглашения - субъекты. Объектами являются партнёры, клиенты, собеседники и другие лица, принимающие непосредственное участие здесь. Успех того или иного соглашения, сделки и. т. д. зависит от различного количества приёмов, которые помогают понравиться партнёру. Они доступны, буквально, каждому, начиная с психологических особенностей (взгляды, мимика, улыбка, жесты), заканчивая житейскими (разговор о жизни, здоровье…).

Данная работа ориентирована на данные приёмы и раскрывает их сущность, содержание и учит применять их.

1. Виды слушания

Умение слушать является одним из главных показателей культуры. Глядя на человека, который вас не слышит, вначале вы, пожалуй, почувствуете разочарование, затем гнев. Когда нас не слушают — это очень неприятно.

В бизнесе умение слушать особенно важно, поскольку это один из важнейших принципов ведения деловых бесед и коммерческих переговоров. Неумение слушать своего партнера или клиента чаще всего приводит к потере денег и появлению в балансовом отчете строки, записанной красными чернилами. Однако если вы покажете собеседнику, что вы заинтересованный слушатель, это будет самым приятным комплиментом. Слушать — значит платить вниманием и заинтересованностью в обмен на информацию и понимание.

Если вы не очень внимательно прислушиваетесь к партнеру, то упускаете многие важные моменты. В результате вы не только потеряете драгоценное время, но и будете раздражать его и этим осложните дальнейшее развитие ваших отношений, что может привести к большим для вас убыткам. Таким образом, учитывая, что для любого бизнеса умение слушать всегда очень выгодно, имеет смысл более детально рассмотреть существующие виды слушания.

Можно выделить следующие виды слушания:

рефлексивное (активное),

нерефлексивное (пассивное),

эмпатическое.

Эмпатическое слушание позволяет переживать те же чувства, которые переживает собеседник, отражать эти чувства, понимать эмоциональное состояние собеседника и разделять его. При эмпатическом слушании не дают советов, не стремятся оценить говорящего, не морализируют, не критикуют, не поучают.

Нерефлексивное (пассивное) слушание — это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Слушание этого вида особенно полезно тогда, когда собеседник проявляет такие глубокие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы. Ответы при нерефлексивном слушании должны быть сведены к минимуму типа «Да!», «Ну-и-ну!», «Продолжайте», «Интересно» и т. д.

Такое слушание предполагает временную сдачу себя собеседнику, своего рода капитуляцию. Зато вы сможете узнать иную точку зрения, а затем — действовать.

Активное слушание – это искусство понимания. Процесс расшифровки смысла сообщений, выяснения реального значения сообщения. Активный слушатель должен уверить говорящего, что все произносимое будет верно понято им. Понимающий слушатель как бы сообщает говорящему: "Я забочусь о Вас, я принимаю Вас. Я хочу понять Ваш опыт, Ваши чувства и, особенно, Ваши потребности". Такое послание, данное человеку в качестве базовой основы разговора, повлияет на его образ мыслей и чувства (по отношению к себе и другим).

2. Активное слушание

Когда пассивного слушания недостаточно, следует перейти к активному слушанию.

Бизнесмен, который говорит только о себе и своей фирме, не проявляя интереса к деловым партнерам, как правило, не добивается серьезных успехов.

Самая распространенная ошибка начинающих коммерсантов, когда они стараются склонить собеседника к своей точке зрения, — это стремление слишком много говорить самим. И им это очень дорого обходится. Особенно часто эту ошибку совершают торговые агенты.

Следует давать возможность выговориться собеседнику. Он лучше вас осведомлен о своих проблемах и нуждах. Задавайте ему вопросы. Пусть он кое-что сообщит вам.

Цель – это поддержать или создать доверительную атмосферу в разговоре. Для этого мы должны быть принимающими и заботливыми и, одновременно, уважающими говорящего.

Условия, при которых активное слушание полезно:

когда вам необходимо проверить, верно ли вы воспринимаете эмоциональное состояние другого человека;

когда вы имеете дело с сильными эмоциями;

когда проблема другого человека эмоциональна по своей сути;

когда клиент пытается вынудить вас принять то же решение, что и он/она сам/сама;

когда идет исследование и взаимодействие с "открытым концом".

С помощью активного слушания вы сможете:

прояснить для себя чувства другого человека,

структурировать сложные эмоциональные состояния,

определить проблему более точно,

позволить клиенту решить проблему или понять, в каком направлении ее нужно решать,

повысить самооценку клиента.

большое внимание к малейшим проявлениям эмоционального состояния клиента,

верить в способность человека самому принять решение и справиться со своей проблемой, давая ему время и создавая благоприятные условия.

Условия, которые должен соблюдать хороший слушатель:

1. Временно отбросить любые мнения, суждения, чувства. Никаких побочных мыслей. Поскольку скорость мышления в четыре раза больше скорости речи, используйте «свободное время» на критический анализ и выводы из того, что непосредственно слышите.

2. Пока вы слушаете, нельзя обдумывать последующий вопрос, а тем более приводить контраргументы.

3. Следует сконцентрировать свое внимание только на той теме, о которой идет речь. В любом случае знакомство с мнением партнера значительно облегчает проведение переговоров. Партнеру предоставляется возможность проявить себя, а это существенно притупит остроту его возражений.

4. Искренний интерес к человеку и желание помочь.

5. Большое внимание к малейшим проявлениям эмоционального состояния клиента.

6. Верить в способность человека самому принять решение и справиться со своей проблемой, давая ему время и создавая благоприятные условия.

При соблюдении этих условий хороший слушатель поддерживает:

1) Визуальный контакт

- если вы собираетесь говорить с кем-то, то смотрите на него; глаза не только зеркало души, но и зеркало того, как вы воспринимаете другого человека.

2) Язык тела

- собеседники должны находиться друг против друга, при этом надо смотреть прямо и сохранять открытую позицию, показывая интерес к собеседнику.

3) Тон и скорость речи

- когда мы внимательно слушаем партнера, то тон нашей речи невольно гармонирует с его тоном; голосом мы можем передать теплоту, заинтересованность, значимость для нас мнения собеседника.

4) неизменность предмета разговора.

- хороший слушатель обычно позволяет собеседнику самому определить тему разговора.

Очень часто в награду за внимательное выслушивание вы получаете «открытое сердце» вашего партнера, что существенно облегчает работу и способствует взаимопониманию.

Сложности при использовании активного слушания:

Ответ клиента "да" с последующей паузой. Задайте информационный вопрос (Что-Где-Когда-Как), дабы побудить клиента говорить дальше.

Ответ клиента "нет". Если клиент не дает пояснений, задайте информационный вопрос. Если вы получили ряд ответов "нет", то, видимо, клиент не желает говорить о своей проблеме или же не старается тщательно разобраться в ней.

Вы шагнули слишком далеко вперед, выразив свой анализ, а не чувства клиента. Вернитесь в ситуацию общения и проследите за состоянием клиента.

Клиент говорит, говорит и говорит. Если он выражает очень сильные чувства, слушайте его не прерывая, даже ради выражения своих мыслей, чувств.

Слушание заканчивается, когда проблема определена или достигнуто решение, клиент на определенное время сосредоточился на данной проблеме, диалог становится цикличным и повторяется.

Ошибки, наиболее часто встречаемые у тех, кто слушает партнера:

1. Удаление от основного предмета разговора, в результате чего можно полностью потерять нить изложения.

2. Заострение внимания на «голых» фактах. Они, конечно, важны, однако психологи утверждают, что даже самые внимательные люди могут сразу точно запомнить не более пяти основных фактов. Все остальное перемешивается в голове. Поэтому при любом перечислении следует обращать внимание только на наиболее существенные моменты.

3. «Уязвимые места». Для многих людей это такие «критические слова», которые особенно действуют на психику, выводя человека из состояния равновесия. Например, слова «рост цен», «инфляция», «увольнение», «ограничение заработной платы» вызывают у некоторых людей «психический ураган», т.е. неосознанное желание протестовать. И такие собеседники уже не следят за тем, что говорят в этот момент другие.

3. Приемы активного слушания

Довольно часто, особенно когда собеседник волнуется, возникает необходимость добиться точного понимания того, что он говорит. Выяснить реальное значение сообщения помогают рефлексивные ответы, среди которых выделяют выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

Прием выяснения состоит в обращении к говорящему за некоторыми уточнениями. Суть этого приема в том, что слушатель при возникновении непонимания или двусмысленности задает «выясняющие» вопросы, которые показывают говорящему, что его внимательно слушают, и после необходимых пояснений он может быть уверен, что его понимают.

Для выяснения чаще всего используются следующие фразы: «Что вы имеете в виду?», «Извините, но я не совсем понял это», «Простите, но как это...», «Не могли ли вы объяснить это подробнее?» Такие нейтральные фразы приглашают собеседника, не обижая его, высказать свою мысль более конкретно, подбирая при этом другие слова. Реплики должны касаться только того, что собеседник говорит, и не содержать оценки его поведения или умения изложить свои мысли. Выражения типа «Говорите понятнее!» никакого отношения к этому приему не имеют. Они только отталкивают собеседника, затрагивая его самолюбие.

Пользуясь приемом выяснения, надо стараться не задавать вопросов, требующих односложного (типа «да», «нет») ответа: это сбивает человека, он начинает ощущать, что его допрашивают. Вместо вопроса: «Это что, трудно сделать?» полезно спросить: «А насколько трудно это сделать?» В первом случае мы невольно перехватываем инициативу и после ответа должны говорить уже сами, во втором даем возможность собеседнику продолжать и остаемся слушателями.

Другой полезный прием, когда нужно добиться точного понимания собеседника, — это перефразирование — собственная формулировка сообщения говорящего для проверки его точности.

Этот прием помогает убедиться в том, насколько точно мы «расшифровали» слова собеседника. Перефразирование помогает и нашему собеседнику. У него появляется возможность увидеть, правильно ли его понимают, и при необходимости своевременно внести необходимые уточнения.

Перефразирование — универсальный прием. Его можно использовать при любом виде делового разговора. Но особенно эффективен этот прием в таких случаях:

при коммерческих переговорах, когда необходимо полное и точное понимание желания и предложений партнера. Поленившись повторить своими словами сказанное им, мы рискуем понести громадные убытки;

в конфликтных ситуациях или во время дискуссий. Если мы, прежде чем высказать аргументы против, повторим мысль оппонента своими словами, то можем быть уверенными, что он со значительно большим вниманием отнесется к нашим возражениям: ведь он видит, что его слушают и стараются понять. Кроме того, у него просто не будет повода и оснований внутренне считать, что от него отмахнулись, даже не вникнув в его слова;

когда мы слабо ориентируемся в предмете разговора. Человек, искусно владеющий этим приемом, может поддерживать беседу на любую тему часами, производя на говорящего крайне благоприятное впечатление (ведь наши ответы — это выраженные нашими словами его собственные мысли).

При перефразировании следует соблюдать определенные правила. Прежде всего, его надо начинать фразами типа: «Другими словами, вы считаете...». «Если я вас правильно понял, то...», «Вы поправьте меня, если я ошибусь, но...».

При перефразировании нужно ориентироваться именно на смысл, содержание сообщения, а не на эмоции, которыми оно сопровождается. Перефразирование помогает отделить смысл от эмоций (возбуждения, взволнованности, подавленности).

Следует выбрать главное и сказать это своими словами. Буквально повторяя, мы будем уподобляться попугаю, что вряд ли произведет на собеседника благоприятное впечатление.

Не следует, желая перефразировать собеседника, перебивать его: перефразирование действенно, когда говорящий сделал паузу и собирается с мыслями. Повторение его слов в такой момент не только не собьет его с толку, но, наоборот, послужит фундаментом, на который он сможет опереться, чтобы двигаться дальше.

При отражении чувств акцент делается на отражении слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вероятно, вы чувствуете...», «Вы несколько расстроены...» и т. д.

Наиболее эффективно помогает добиться точного понимания сказанного собеседником прием резюмирования.

Резюмирование — это подведение итогов. Суть его в том, что мы своими словами подводим итог основным мыслям собеседника. Резюмирующая фраза — это его речь в «свернутом» виде, ее главная идея.

Резюмирование принципиально отличается от перефразирования, суть которого в повторении каждой мысли собеседника своими словами. При резюмировании из целой части разговора выделяется только главная мысль. Обычно она предваряется фразами типа: «Таким образом, вы считаете...», «Итак, вы предлагаете...», «Если теперь подытожить сказанное вами, то...», «Ваша основная идея, как я понял, состоит в том, что...».

Наиболее часто резюмирование используется в следующих ситуациях:

на деловых совещаниях. Искусство руководителя здесь состоит в том, чтобы в высказываниях выступающих выделить главное. Иначе совещание может «потонуть» в потоке их речей;

в разговоре, когда участвующие в нем люди обсуждают одну и ту же проблему. В этом случае необходимо время от времени резюмировать сказанное, как бы завершая одну часть разговора и перекидывая мостик к следующей. Без такого рода высказываний группа может зайти в тупик, обсуждая мелкие детали и забыв о сути дела;

в конце телефонного разговора, особенно если слушающий после беседы должен что-то сделать;

при желании высказать несогласие с чьей-либо точкой зрения. Прежде чем это сделать, следует вначале выделить в суждении оппонента главное, подытожить сказанное, тогда не придется распыляться, приводя его контрдоводы, и удастся ответить на суть возражения. А еще лучше попросить сделать резюме его самого: он должен будет избавить свое возражение от всего второстепенного, что значительно облегчит нам задачу;

когда нужно помочь собеседнику четко сформулировать свои мысли, представить в ясной форме и даже развить идеи, которые были у него на уровне догадок и туманных фраз, сохранив при этом у него ощущение, что к этой мысли он пришел сам.

Таким образом, обобщая все вышеизложенное, можно утверждать, что обеспечить психологически правильное выслушивание собеседника и партнера можно при выполнении следующих условий.

Перестаньте говорить. Невозможно слушать, разговаривая или пытаясь комментировать услышанное.

Помогите говорящему раскрепоститься. Создайте у него ощущение свободы.

Покажите говорящему, что вы готовы слушать. Необходимо выглядеть и действовать заинтересованно. Слушая, старайтесь понять, а не искать поводов для раздражений.

Слушая, чаще улыбайтесь, кивайте головой, смотрите собеседнику в глаза и все время поддакивайте.

Задавайте вопросы и постоянно уточняйте. Это подбадривает говорящего и показывает ему, что вы слушаете.

Слушая, старайтесь понять, а не выискивать неточности или ошибки говорящего. Никогда не давайте оценок услышанному. Пусть собеседник выговорится до конца.

Старайтесь сопереживать собеседнику. Для этого посмотрите на вещи его глазами, попытайтесь встать на его место. Только так можно лучше понять говорящего и точнее выявить смысл его речи. Недаром говорится: чтобы слушать, нужны оба уха: одно — воспринимать смысл, другое — улавливать чувства говорящего.

В процессе слушания будьте внимательны и не теряйте тему беседы. Не отвлекайтесь на специфические особенности говорящего. Думайте только о том, что он говорит.

Если собеседник вам неприятен, старайтесь сдерживать свои эмоции. Поддавшись чувству раздражения или гнева, вы не все поймете или придадите словам неверный смысл.

Будьте терпеливы. Не прерывайте собеседника, не смотрите на часы, не делайте нетерпеливых жестов, не просматривайте свои бумаги, т. е. не делайте того, что свидетельствует о вашем неуважении или безразличии к собеседнику.

Всегда выслушивайте собеседника до конца. Слушать с должным вниманием то, что вам хочет сообщить собеседник, — это не только знак внимания к нему, но и профессиональная необходимость в сфере бизнеса.

Итак, еще раз в качестве заключения подчеркнем: умейте слушать собеседника. Часто это бывает более ценным, чем умение говорить. Дайте возможность сначала высказаться другому. А потом говорите с учетом услышанного.

Заключение

Активное слушание незаменимо в деловых переговорах, в ситуациях, когда ваш партнер по общению равен вам или сильнее вас, а также в конфликтных ситуациях, когда собеседник ведет себя агрессивно или демонстрирует свое превосходство. Это очень хорошее средство успокоиться и настроиться самому (и настроить собеседника) на деловую волну, если у вас возникает желание надерзить вашему партнеру, развить начавшийся конфликт.

Приемы активного слушания работают только тогда, когда вы учитываете ситуацию, содержание разговора и эмоциональное состояние собеседника.

Список используемой литературы

Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил.

Столяренко Л.Д. С 81 и управления. Учебник / Л.Д. Столяренко. — Ростов н/Д: Феникс, 2005.