**Конспект урока по родному языку (русскому)**

**Урок №\_\_\_\_\_**

**Приемы эффективного слушания**

Цель: расширение представлений о способах эффективного общения, практическая отработка навыков эффективного слушания.

Подготовка к занятию:

1. Изучить предложенную литературу.
2. Подготовиться к обсуждению теоретических вопросов:

* Понятие и виды слушания.
* Основные способы эффективного слушания.

Ход занятия:

1. Обсуждение теоретических вопросов.
2. Отработка практических навыков.

**Эффективное слушание**

Эффективность процесса слушания зависит от следующих факторов.

I. Объективные факторы:

1) шумы и помехи;

2) акустические характеристики помещения;

3) микроклимат в помещении (температура, влажность и т.п.).

II. Субъективные факторы:

1) пол слушателя (считается, что мужчины являются более внимательными слушателями);

2) тип нервной системы человека, его темперамент (предполагается, что эмоционально устойчивые люди - сангвиники, флегматики - более внимательны, чем холерики и меланхолики);

3) интеллектуальные способности, которые можно разделить на три группы:

· основные (слуховая способность, способность к вероятностному прогнозированию);

· дополнительные (способность к запоминанию, к концентрации и устойчивости внимания, скорость протекания психических процессов);

· вспомогательные (словарный запас, уровень общей культуры).

Эффективное слушание предполагает наличие у человека четырех основных ментальных способностей:

1) слуховая способность;

2) внимательность;

3) способность к пониманию;

4) способность к запоминанию.

Принципы эффективного слушания основываются на знании и использовании факторов, определяющих его эффективность. Помимо тех факторов, о которых говорилось выше, в большей степени она зависит от готовности и желания аудитории слушать. Это в свою очередь определяется комбинацией следующих факторов:

1) отношение слушателей;

2) интерес слушателей;

3) мотивации слушателей;

4) эмоциональное состояние слушателей.

Рассмотрим подробно каждый из перечисленных факторов.

Отношение слушателей

Эффективное слушание требует объективного, непредубежденного, кооперативного отношения слушателей. Самоуверенные люди обычно являются плохими слушателями. В силу собственной предубежденности они не хотят выслушать противоположное мнение. Один и тот же человек может быть объективен в одном вопросе и субъективен в другом. Многие с трудом остаются объективными, если в речи затронуты их личные интересы. Мы становимся необучаемыми, когда думаем, что знаем окончательный ответ на любой вопрос, и теряем интерес к речи.

На отношение слушателя могут влиять его знания и опыт по обсуждаемому вопросу. Образованный человек обычно более внимателен, чем необразованный. Малообразованные люди становятся пассивными слушателями, так как у них мало знаний, с которыми можно сопоставить слова оратора. Им трудно понимать речь, они перестают слушать или слушают наполовину.

Профессора Андерш, Стаатс, Востром подчеркивают, что слушатель должен хотеть слушать: «Несмотря на наши чувства по отношению к диктору и его предмету, мы должны настроить наш ум на реконструкцию его сообщения, иначе наше присутствие в коммуникативной ситуации будет обманом. Хороший слушатель постоянно ищет ценное в сообщении. Даже если он считает способ исполнения плохим, а предмет глупым, он должен стараться понять и отказаться от критики недостатков выступающего».

Человек, который хочет слушать эффективно, никогда сразу не должен соглашаться с оратором или критиковать его в самом начале речи. У него скорее возникает проблемное, творческое отношение. Он сдерживает окончательное суждение, пока диктор развивает свою мысль.

Интересы

Интересы у людей могут быть первичными, вторичными и сиюминутными. Первичный интерес существует тогда, когда человек имеет прямую заинтересованность в том, о чем говорит оратор, когда его идеи касаются повседневной жизни. Например, бизнесмена вообще интересует вопрос о налогообложении, но он становится крайне заинтересованным, когда собеседник говорит об увеличении налога на его бизнес.

Вторичные интересы - это общечеловеческие интересы, касающиеся общих вопросов жизни общества (законы, программы и т.п.).

Сиюминутный интерес - это интерес в данный момент времени. Например, интерес к футбольному матчу, когда игрок команды сильно травмирован, больше, чем если в команде все в порядке.

Замечено, что люди проявляют больший интерес к знакомым вещам, чем к незнакомым, а также интересуются конструктивными и новыми идеями. Поэтому выступающий в своей речи должен проявлять энтузиазм, говорить о волнующих и конкретных вещах, использовать язык действия.

Мотивация

Человек слушает охотно, когда оратор задевает его основные желания и нужды (деньги, повышение престижа, авторитета, сохранение дорогих для человека вещей и т.п.). Предлагается следующая понятийная классификация мотивов:

1. Самосохранение - главный из всех мотивов. У человека желание выжить включает необходимость добывать пищу и кров, сохранять здоровье и комфорт, ум и тело. Это основной закон природы.

2. Собственность. Желание владеть материальными благами играет важную роль в жизни большинства людей. На этом часто основывается реклама. Это желание является неотъемлемой частью системы свободного предпринимательства. Оно заставляет людей искать более эффективные пути для увеличения прибыли.

Если говорящий сможет показать слушателям, как увеличить прибыль, как сохранить деньги или увеличить материальную собственность, он заставит их захотеть слушать.

3. Власть. Авторитет и влияние - сильные факторы для некоторых людей. Многие хотят улучшить себя, чтобы расширить свое влияние.

4. Репутация. Стремление к всеобщему признанию и восхищению - это универсальный подчиняющий мотив. Большинство людей стремится к общественному одобрению, чтобы быть уважаемыми в своем окружении. Говорящий может достичь признания своих идей, если он покажет, как он ценит репутацию своих слушателей.

5. Привязанность. Любовь семьи, друзей, всей страны составляет сильный мотив. Любовь семьи - наиболее важный мотив. На этом основывается система страхования. Любовь страны заставляет людей идти на войну. Этические стандарты сотрудничества, личной чести, уважения к другим людям определяются главным образом любовью и привязанностью. Оратор, который апеллирует к любви, заставляет аудиторию слушать.

6. Сентиментальность. Сентиментальность определяет наше чувство верности и патриотизма. Организация музеев, восстановление исторических зданий, сохранение исторических документов осуществляются из сентиментальных причин. Оратор, который взывает к чувствам, дает аудитории дополнительный повод слушать.

7. Вкус. Не все действия мотивируются практическими решениями, некоторые вытекают из эстетической оценки, из чувства красоты и гармонии. Оратор, который учитывает эстетическую оценку аудитории, заставляет ее слушать. Честара Дж. Деловой этикет. - М.: ВЛАДОС, 2008. - с. 80

Эмоциональное состояние

Нежелательные эмоции, которые мешают непрерывному вниманию, могут исходить из состояния подавленности слушателя, его антагонистического отношения к оратору, его возражений по отношению к утверждениям оратора.

Человек слушает то, что доставляет ему удовольствие. Р. Николс и Л. Стивенс писали: «В различной степени и различными путями способность слушать во всех нас управляется нашими эмоциями. Как озабоченный студент колледжа, мы часто «выключаемся», когда не хотим слушать. Или, с другой стороны, когда мы особенно хотим слушать, мы широко раскрываем наши уши, принимая все - правду, полуправду или ложь.

Можно сказать тогда, что наши эмоции действуют как фильтр того, что мы слышим. Иногда они действительно вызывают глухоту, а иногда могут существенно облегчить слушание.

Когда эмоции вызывают глухоту, это происходит следующим образом. Если мы слышим что-то, что противоречит нашим глубоким убеждениям, понятиям, суждениям и т.д., наш мозг, вероятно, становится сверхнагруженным, но не в том направлении, которое ведет к эффективному слушанию. Мы мысленно планируем опровержение тому, что услышали. Или иногда мы формулируем вопрос, чтобы смутить говорящего. Или, возможно, мы просто предаемся мыслям, которые поддерживают наши собственные чувства по данному предмету.

Когда эмоции облегчают слушание, это обычно следствие того, что мы слушаем нечто, что подтверждает наши глубокие внутренние чувства. Когда мы слышим такое подтверждение, наш ментальный барьер рушится и все становится желанным.

Мы не задаем вопросов о том, что слышим, наши способности вознаграждаются нашими эмоциями» (Честара Дж. Деловой этикет. - М.: ВЛАДОС, 2008. - с. 82)

Оратор должен понимать, что аудитория слушает лучше, когда она свободна от эмоционального дискомфорта.

**Процесс эффективного слушания состоит из трех этапов.**

1. Информационный этап.

Цель этапа: дать собеседнику высказать свою точку зрения

Способы поддержки собеседника: поддакивание, побуждение, невербальная поддержка

2. Уяснение

Цель этапа: убедиться, что вы правильно его поняли

Способы поддержки собеседника: выяснение, парафраз, отражение чувств

3. Завершающий

Цель этапа: добиться совместного решения.

Способы поддержки собеседника: оценки, продолжение, резюмирование.

В деловой беседе старайтесь применять следующие **правила эффективного слушания:**

Будьте внимательны и показывайте собеседнику, что вы внимательны.

Старайтесь сосредоточиться не только на смысле сказанного собеседником, но и на истинном сообщении, которое чаще всего бывает скрыто.

Слушайте, не перебивая, дайте собеседнику выговориться.

Не торопитесь с оценками и выводами, сначала удостоверьтесь, что именно имел в виду ваш собеседник.

Избегайте говорить собеседнику «Я Вас понимаю», поскольку эта фраза воспринимается почти всегда негативно, лучше всего прямо указать ту эмоцию или чувство, которое испытывает Ваш собеседник (за это вам будут благодарны).

Если ваш собеседник проявляет излишнюю эмоциональность, слушайте только смысл сказанного, сами не подпадайте под власть эмоций, иначе о принятом в таком состоянии решении вы будете долго жалеть.

Отвечая на вопрос, удостоверьтесь, что конкретно хочет узнать собеседник, иначе вы можете дать излишнюю или ненужную информацию.