План

. Вербальные средства общения. Коммуникации и ее принципы.

. Барьеры коммуникации. Умение слушать.

. Приведите конкретные примеры видов коммуникативных барьеров: информационно-дефицитный, стилистический, социально-культурных различий, замещающе-искажающий.

1. Вербальные средства общения. Коммуникации и ее принципы

Как бы ни были важны чувства, эмоции, отношения между людьми, но деловое общение предполагает не только и не столько передачу эмоциональных состояний, сколько передачу информации.

Содержание информации передаётся при помощи языка - принимает вербальную или словесную форму. При этом частично искажается смысл информации, частично происходит её потеря.

При передаче информации необходимо возникшую мысль, идею сначала словесно оформить во внутренней речи, затем перевести из внутренней речи во внешнюю - высказать. Это высказывание должно быть услышано и понято [2, с.45].

Деловая коммуникация - это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д.

В деловой коммуникации предметом общения является совместная деятельность (общее дело), а партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого. Продуктивное сотрудничество, сближение целей и позиций, улучшение партнерских отношений - основные задачи деловой коммуникации.

Сложности, возникающие в процессе обмена информацией:

. Многозначность большинства слов. Поэтому иногда бывает трудно установить, что именно имел ввиду тот, кто использовал это слово, не зная его конкретного значения для говорящего. Одно и тоже слово для говорящего и слушающего может иметь разные значения. Трудно подчас найти нужное слово, которое точно выражало бы то, что мы хоти сказать.

. Закодированность значения большинства сообщений. Необходимо помнить, то, что мы сообщаем друг другу, имеет определенный смысл только для нас самих, именно тот, который мы вкладываем в свое сообщение.

. Трудность открытого самовыражения. Это означает, что из-за принятых условностей и потребности в одобрении, люди часто начинают свое изложение с небольшого вступления, из которого еще не видно их намерений.

Субъективные факторы также могут отрицательно влиять на процесс общения. Людей ослепляют сложившиеся установки, переживаемые эмоции, приобретенный опыт.

Культура речи - один из главных показателей общей культуры человека. А потому нам всем необходимо постоянно совершенствовать свои манеры общения и речь. Культура речи заключается не только в умении избегать ошибок в речи, но и в стремлении постоянно обогащать свой словарный запас, в умении слушать и понимать собеседника, уважать его точку зрения, в способности подбирать нужные слова в каждой конкретной ситуации общения.

Речь - это одна из самых важных характеризующих черт человека. От нашей манеры общения зависит то впечатление, которое мы производим на окружающих. Речь человека способна притягивать к нему людей или, наоборот, отталкивать. Речь также может оказывать сильное влияние на настроение нашего собеседника.

Культура речевого общения заключается в умении слушать собеседника, соблюдении речевого этикета, а также соблюдения правил хорошего тона.

Диалог (греч. dialogus - первоначальное значение - разговор между двумя лицами) - тип речевой коммуникации, осуществляющейся в отличие от монолога в виде словесного обмена репликами между двумя, тремя и большим числом взаимодействующих собеседников.

Кроме общих, каждый тип диалога предполагает наличие частных коммуникативных умений. Это следующие умения:

диалог-запрос информации: умение ставить и задавать вопрос; умение правильно интонировать высказывание; умение уместно использовать разнообразие реплики - стимулы; умение правильно употреблять паузы в речи; умение запросить дополнительную информацию;

диалог-сообщение информации: умение построить информативно значимый текст; умение логически мыслить и правильно реализовывать свой замысел на произносительном уровне; умение привлечь и удержать внимание, правильно обратиться к собеседнику;

диалог-побуждение: умение правильно сформулировать и соответствующим тоном произнести просьбу, приказ; умение уместно употреблять побудительные предложения в реплике - стимуле; умение уточнить задание;

диалог-расспрос: умение самоопределяться по поводу получаемой информации; умение формулировать проблемные вопросы, поддерживающие диалог; умение построить коммуникативно-целесообразную стратегию и тактику речевого поведения.[5]

Виды вопросов:

· информационные - для сбора необходимых сведений;

· контрольные - для проверки, следит ли партнер за вашей мыслью;

· для ориентации - придерживается ли партнер ранее высказанного им мнения;

· подтверждающие - чтобы выйти на взаимопонимание, добиться одобрения;

· ознакомительные - для ознакомления с целями, мнением партнера;

· однополюсные - повторение вопроса партнера в знак того, что вы поняли, о чем идет речь и чтобы он это понял, и для выигрыша времени;

· встречные - при правильной постановке ведут к сужению разговора и подводят партнера к согласию;

· альтернативные - предоставляют возможность выбора;

· направляющие - если партнер уклоняется от темы;

· провокационные - с целью установить, чего в действительности хочет партнер, и верно ли он понимает ситуацию;

· вступительные - позволяющие заинтересовать партнера, расположить к себе, могут содержать указание на возможное решение проблем партнера;

· заключающие - для подведения итогов делового взаимодействия [8, с.94].

|  |  |
| --- | --- |
| Закрытые вопросы - ведущие (наводящие) вопросы, на которые можно ответить очень коротко. Кроме вопросов, предполагающих ответы «да» или «нет», прямыми являются и вопросы типа «сколько?» и «что именно?». | Открытые вопросы - часто начинаются со слов «что», «почему», «как». Они выявляют ключевые факты в ситуации. Но в деловой ситуации партнеры, как правило, не любят отвечать на вопрос «почему»? |

. Барьеры коммуникации. Умение слушать

коммуникация барьер обмен информацией

Коммуникативный барьер - это психологическое препятствие на пути адаптивной информации между партнерами по общению.

Коммуникативный барьер - психологические препятствия на пути передачи и принятия информации между партнерами по общению.

Виды коммуникативных барьеров:

. Логический барьер.

Каждый человек воспринимает ситуацию со своей точки зрения в зависимости от опыта, знаний, культуры, личностных потребностей и мотивации. Прежде чем высказать мысль вслух, человек кодирует информацию - вербализирует (превращает внутреннюю речь в слова). Получатель сообщения, расшифровывает слова в соответствие со своим уровнем знаний, способом восприятия информации и мировоззрения. На этапе высказал-услышал-раскодировал-понял теряется или искажается 70% информации.

Факторы, затрудняющие передачу информации от одного партнера к другому:

· Неточность высказывания.

· Неуместное использование профессиональных терминов.

· Неверное истолкование намерений собеседника.

· Чрезмерное использование иностранных слов.

· Неполное информирование партнера.

· Быстрый темп изложения информации.

· Неполная концентрация внимания.

· Витиеватость мысли.

. Стилистический барьер.

Стиль изложения информации должен соответствовать содержанию. Для правильности восприятия информации необходимо правильно подбирать аргументы, основные доводы, четко и структурировано излагать информацию.

Правило рамки. Основано на действии психологического закона работы памяти: начало и конец любого информационного ряда запоминаются лучше. Поэтому начало и конец любого делового разговора должны быть четко очерчены [6, с.78].

Для эффективности общения целесообразно в начале разговора указать цель, перспективы и предполагаемые результаты общения. В конце - подвести итог, показать ретроспективу и отметить степень достижения цели.

При первой встрече наиболее важной частью является начало, так как формируются симпатии или неприязни собеседников друг к другу, а это, в свою очередь, влияет на слушание и доверие к партнеру. При последующих встречах и деловом общении важен конец разговора, так как он остается в памяти.

Людей не интересуют сами переговоры, их интересует, чем они закончатся.

Правило цепи. Основано на том, что содержание общения должно быть выстроено в цепь - упорядочивая, связывая содержание. Таким образом, выполняется сразу две задачи: улучшается запоминание; структурируется информация.

Варианты цепи:

· Перечисление 1, 2, 3 и т.д.

· Ранжирование - сначала о главном, потом о составных элементах и т.д.

Логическая цепь: «Если это так…, то напрашивается вывод…».

Используя при деловом взаимодействии правило цепи, мы не только упорядочиваем, связываем, организуем содержание, но и облегчаем партнеру восприятие информации, а также ее запоминание.

Логическое построение сообщения

. Привлечение внимания к информации.

. Обсуждение основных положений.

. Ответы на вопросы и возражения.

. Заключение: выводы, резюмирование.

. Призыв к действию.

Стилистический барьер возникает и тогда, когда форма коммуникации не соответствует ее содержанию. Пример, пригласили на беседу, а вместо диалога был односторонний монолог. Отрицательные и негативные эмоции также являются причиной стилистического барьера, так как не позволяют внимательно слушать, а значит, и понимать информацию.

И, наконец, стилистический барьер возникает тогда, когда информация передается функционально-книжным языком.

Преодоление барьера

. Правильно структурировать передаваемую информацию.

. Говорить кратко и в темпе, который наиболее уместен и подходит партнеру по общению.

. Барьер «авторитет».

Разделив всех людей на авторитетных и не авторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии другим. Таким образом, доверие \ недоверие как бы персонифицируются и зависят не от особенностей информации, а от того, кто говорит.

Авторитет зависит от:

· Социального положения

· Привлекательного внешнего вида

· Доброжелательного отношения

· Компетентности

· Искренности

Если слушатель доверяет говорящему, то он очень хорошо воспринимает и запоминает выводы, не обращая на ход рассуждений. Если же доверия меньше, то к выводам он относится прохладнее, зато очень внимательно - к ходу рассуждений.

Преодоление барьера

. Установите контакт, вызывающий доверие к вам.

. Тщательно готовьтесь к встрече.

. Будьте доброжелательны.

. Одевайтесь в соответствии цели, места и времени общения.

. Ведите себя уверенно, общайтесь на равных.

. Семантический барьер .

Возникает, когда фонетический язык «наш», но по передаваемому смыслу «чужой». Пример, слово имеет не одно, а несколько значений. «Смысловые поля» у всех разные [10, с.145].

Причины возникновения:

. Множество лексических значений у одного и того же слова.

. Ограниченный лексикон у одного из партнеров по общению.

. Использование жаргонных слов.

. Социо-культурные, профессиональные, психологические и другие различия.

Приемы преодоления:

. Говорите «на одном языке» партнера.

. Говорите максимально просто.

. Заранее разъясняйте ключевые слова.

. Поясняйте определения слов, имеющих множественное лексическое значение, и как вы их понимаете.

. Фонетический барьер.

Это препятствие, создаваемое особенностями речи говорящего.

Причины возникновения:

. Говорят на иностранном языке.

. Используется много специальной терминологии.

. Говорят быстро, тихо, невнятно или слишком громко.

Фонетический барьер возникает, когда люди говорят на повышенных тонах, при этом сразу блокируется понимание информации. Это связано с психологической особенностью человека. Когда на нас кричат, внимание человека концентрируется не на словах и смысле, а на отношении говорящего к партнеру. В результате (как защитная реакция) происходит сдвиг внимания. Он блокирует анализаторскую деятельность мозга, и слова, адресованные партнеру, не осознаются им.

Большое значение для понимания информации играет тон голоса и интонационные выделения ключевых слов и фраз. Делая те или иные ударения, расставляя разные акценты, мы можем изменить содержание мысли.

|  |  |
| --- | --- |
| Выделение голосом | Намерение партнера |
| ЭТУ (а не какую-либо другую) ПРОБЛЕМУ (а не рядовую задачу) МЫ (а не кто-нибудь другой) ДОЛЖНЫ (а не хотели бы) РЕШАТЬ (а не только обсуждать) СОВМЕСТНО (а не в одиночку) | Концентрация внимания Определение степени сложности Коллективная ответственность Обязанность действовать Уровень решения Метод решения |

Приемы преодоления:

. Говорите громко, внятно, разборчиво.

. Учитывайте аудиторию и индивидуальную особенность собеседника. Чем хуже он знает предмет обсуждения, тем медленнее надо говорить.

. Наличие обратной связи. Пример, «Вам все понятно?» «Какие вопросы у вас еще есть по данной теме» и т.д.

. Делайте логические ударения на важных фразах или словах, это позволяет партнеру лучше понять смысл вашего высказывания.

. Психологический барьер.

Возникают вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними отношений. Любая информация несет на себе элемент воздействия на поведение, мнение партнера с целью его частичного или полного изменения. Не всякий человек хочет этих изменений, соответственно, он может противиться получению нежелательной информации, защищаясь, как от самого источника информации, так и самого сообщения.

Рефлексивное слушание - это процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщения помогают рефлексивные ответы, среди которых выделяют выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

Выяснение представляет собой обращение к говорящему за уточнениями при помощи ключевых фраз типа: «я не понял», «что вы имеете в виду?», «пожалуйста, уточним это».

Перефразирование - это собственная формулировка сообщения говорящего для проверки его точности. Ключевые слова: «как я понял вас …», «вы думаете, что …», «по вашему мнению …» [5,65].

При отражении чувств акцент делается на отражении слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «вашими основными идеями, как я понял, являются …», «если теперь подытожить сказанное вами, то …». Резюмирование уместно в ситуациях при обсуждении разногласий в конце беседы, во время длительного обсуждения вопроса, при завершении разговора.

Необходимо избегать типичных ошибок слушания, среди которых можно выделить следующие.

Перебивание собеседника во время его сообщения. Большинство людей перебивают друг друга неосознанно. Руководители чаще перебивают подчинённых, а мужчины - женщин. При перебивании нужно постараться тут же восстановить ход мыслей собеседника [8, с.96].

Поспешные выводы заставляют собеседника занять оборонительную позицию, что сразу же возводит преграду для конструктивного общения.

Поспешные возражения часто возникают при несогласии с высказываниями говорящего. Зачастую человек не слушает, а мысленно формулирует возражение и ждёт очереди высказаться. Затем увлекается обоснованием своей точки зрения и не замечает, что собеседник пытался сказать то же самое.

Непрошенные советы обычно дают люди, не способные оказывать реальную помощь. Прежде всего, нужно установить, что хочет собеседник: совестно поразмышлять или получить конкретную помощь.

3. Приведите конкретные примеры видов коммуникативных барьеров: информационно-дефицитный, стилистический, социально-культурных различий, замещающе-искажающий

В определенных случаях получатель информации четко слышит слова, однако придает всем им (или части) неправильное значение. Отметим, что передатчик не всегда вовремя обнаруживает то, что общение осуществляется так, как задумано. В данном случае возникает заменяюще-искажающий барьер. Искажение может быть и незначительным. Больше всего смысл первоначальной информации искажается тогда, когда цепочка является длинной (много ретрансляторов)

Социально культурные коммуникативные барьеры могут быть вызваны различными политическими, культурными или жизненными взглядами собеседников. В данном случае важно то, кто какое значение придает различным сторонам нашей жизни.-

Стилистический барьер возникает при несоответствии стиля речи коммуникатора и ситуации общения или стиля речи и актуального психологического состояния реципиента.

Например, партнер может не воспринять критическое замечание собеседника, потому что оно было сказано в дружественной манере. Т.е. стиль может быть неуместным, слишком трудным, не соответствовать коммуникативной ситуации и намерениям партнера.

Если коммуникатор использует речевые обороты: «Вам нужно», «Вы обязаны», «Ты должен» и подобные, у реципиента возникает явное или скрытое сопротивление. Такому стилю, который имеет принудительный характер, противостоит другая философия отношений, которую называют парадигмой возможного: «Возможно», «Желательно, чтобы вы», «можно» и др.

Список литературы

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. - М., 2008.

. Бизнес для всех: Азбука делового общения. - Вып. 1. - М., 2009.

. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2002.

. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. - Минск, 2000.

. Голубин И.Б., Розенталь Д.Э. Секреты хорошей речи. - М., 2008.

. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник. - М., 2006.

. Карнеги Д. Как приобрести друзей и оказывать влияние на людей. (любое издание).

. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: учебник. - М., 2005.

. Максимовский М.В. Этикет делового человека. - М., 2005.

. Панасюк П. Как победить в споре, или искусство убеждать. - М., 2008.

. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учеб. пособие. - М.: Знание, ИВЭСЭП, 2008.

. Правила этикета: краткий справочник. - М., 2005.

. Психология и этика делового общения: учебник / под ред. В.Н. Лавриненко. - М., 2001.

. Романова Н.П., Багин В.В. Деловой этикет на Востоке. Настольная книга бизнесменов: учеб. пособие. - М.: Восток-Запад, 2005.

. Ревяко Т.И. 30 главных правил этикета. - М., 2006.

. Сафронов В.И. Культура общения: конспект лекций. - М., 2005.

. Сухарев В.А. Как достичь успеха деловому человеку. - Минск, 1997.

. Хзарджян С. Этика бизнеса. - М., 2008.

. Честара Дж. Деловой этикет. - М., 2010.