

Индивидуальный проект по ОБЖ

Снятие коммуникативных
барьеров при публичной
защите результатов проекта

- **Преподаватель: Брыкало А.А. brukalo_aa@mail.ru**
- **Дата 24.04.2020**
- **Группа №3 специальность: Механизация сельского хозяйства, 1 курс**
- **Тема урока:** Снятие коммуникативных барьеров при публичной защите результатов проекта
- **Форма работы:** индивидуальная, электронное обучение.
- **Тип урока:** урок изучения и закрепления нового материала.
- **Цель:**
 - - знакомство с различными причинами возникновения коммуникативных барьеров, снятие их при публичном выступлении

Определение

Одной из причин неэффективности общения является наличие коммуникативных барьеров.

Коммуникативные барьеры – это психологические препятствия, возникающие на пути передачи адекватной информации.

Причины возникновения:

- Психологических особенностей партнеров (различий в интеллекте, темпераменте, мышлении и т.п.).
- Социальных, политических, религиозных, национальных, образовательных различий.
- Различий в словарном запасе и лексиконе.
- Различного знания предмета обсуждения.

Поршнев Борис Фёдорович

В своей работе он представил барьеры, среди которых он выделил четыре уровня непонимания:

- 1) фонетический;
- 2) семантический;
- 3) стилистический;
- 4) логический.



Фонетический барьер

Данные препятствия создаются акустическими и физиологическими особенностями речи. Фонетический барьер непонимания возникает между людьми тогда, когда информация ими не воспринимается.

Семантический барьер

Возникает, когда собеседники не понимают смысла, значения сказанных слов. Такие ситуации возникают, когда люди являются носителями разных субкультур (отличия в обычаях, нормах и ценностях, языке, жаргоне).

Стилистический барьер

Возникает при использовании разных средств языка для выражения мыслей, обусловлен разностью стиля при подаче информации.

Стиль – отношение формы представленной информации к ее содержанию. Различают **экспрессивный** и **логический** стили.

Исследователи называют два основных приема структурирования информации:

- *Правило рамки* характеризуется тем, что начало и конец любого разговора должны быть четко очерчены, так как лучше запоминаются людьми.
- *Правило цепи* определяет "внутреннюю" структуру процесса общения: информация выстроена определенным образом, соединена в цепь по каким-либо признакам.

Логический барьер

Возникает при несогласии коммуникаторов с приводимыми ими доводами, представлениями и суждениями. Это происходит потому, что каждый человек видит проблему или ситуацию, а также мир в целом со своей точки зрения.

Барьеры социокультурных различий

Относятся социальные, политические, религиозные, профессиональные и прочие различия, связанные с разными уровнями культурного развития субъектов воздействия

Барьеры отношений

- возникают при включении эмоций и чувств в процесс взаимодействия, при это возникают барьеры:
- страха (ребенка напугал воспитатель, когда ругал другого ребенка; в результате появляется нежелание идти в сад, когда работает этот воспитатель);
- отвращения (когда-то возникшая ненависть к представителю другой расы не дает человеку подружиться);
- брезгливости (человек не хочет пожать руку другому (поприветствовать его), так как рука чем-то испачкана) и др.

Коммуникативные барьеры можно преодолеть, если обучиться приемам активного слушания:

- **Прием «ПАРАФРАЗ».** Воспроизведение сути высказываний клиента своими словами. При этом можно использовать такие вводные фразы, как: «Итак, вас интересует...», «Самыми важными критериями выбора являются...».
- **Прием «ЭХО».** Дословное повторение продавцом основных положений, высказанных клиентом. Повторению высказывания клиента должны предшествовать вводные фразы типа: «Насколько я вас понял...», «Вы считаете, что...».
- **Прием ЛОГИЧЕСКОЕ СЛЕДСТВИЕ.** Продавец выводит логическое следствие из высказываний клиента. Например, менеджер говорит клиенту: «Если исходить из того, что Вы сказали, Вас интересуют...».
- **Прием «УТОЧНЕНИЕ».** Вы просите уточнить отдельные положения высказываний клиента. Например, менеджер говорит клиенту: «Это очень интересно; не могли бы Вы уточнить...».

Дополнительные приемы активного слушания:

- Кивание (но не в режиме китайского болванчика).
- Использование междометий «да», «ага» и пр.
- Поза внимания и заинтересованности (легкий наклон в сторону собеседника, открытая или нейтральная поза, зрительный контакт).
- Отражение эмоций. Прием состоит в составлении фразы, отражающей эмоцию, которую испытывает человек в данный момент («вы взволнованны», «вас что-то расстроило», «вы так уверенно об этом говорите», «вас заинтересовало» и т.п.).
- Фразы согласия, тождества, понимания: «Вы знаете, мы тоже сначала не были уверены, что эта схема сотрудничества оптимальна, но сейчас смогли убедиться в этом», «Я отлично понимаю, что вы хотите убедиться в этом сами...», «Конечно, многие так считали до начала сотрудничества...».

Существует еще ряд способов, которые можно использовать для повышения отдачи межличностных коммуникаций.

- Прояснять свои идеи перед началом их передачи. Прояснение собственных идей перед их передачей означает, что вам необходимо систематически обдумывать и анализировать вопросы, проблемы или идеи, которые вы хотите сделать объектами передачи. Для любой передачи в адрес вышестоящего руководителя, подчиненного или коллеги вам в принципе нужна определенная тема как объект передачи.
- Не жалеть сил на то, чтобы исключить из сообщения двусмысленные слова или утверждения. Употребляя точные слова, а не общего характера, вы выигрываете в результативности.
- Следить за языком собственных поз, жестов и интонациями.
- Следить за выражением своего лица, жестами, позой и интонацией, чтобы не посылать противоречивых сигналов. Постараться взглянуть на себя и услышать себя так же, как видит и слышит вас собеседник.
- Добиваться установления обратной связи.

Способы установления обратной связи

- Один из них способов - задавать вопросы.
- Еще один способ установления обратной связи - проведение с подчиненными политики открытых дверей. Пусть они знают, что вы готовы обсудить с ними любые вопросы, затрагивающие их интересы, и подкрепить свои слова действиями. Если работнику, пришедшему поговорить с вами, вы сообщаете о том, что заняты, ваши подчиненные узнают «реальный» стиль вашего управления. С другой стороны, вы не хотите, чтобы вас без конца прерывали. Поэтому вы, к примеру, можете выделить определенный час в течении дня, когда вы готовы выслушать подчиненных по любому интересующему их вопросу.

Следует быть снисходительными к проявлениям некоммуникабельности и уметь делать общение бесконфликтным.

Для этого необходимо:

1. Уважать собеседника, каким бы он ни был.
2. Стараться понять, чем вызвано поведение человека, которое нам неприятно.
3. Иметь чувство собственного достоинства.
4. Уметь контролировать себя в общении.
5. Так построить свое поведение, чтобы уменьшить или устранить барьер.

Шесть основных правил, соблюдение которых обеспечит плодотворное собеседование.

- умение дать собеседнику возможность высказаться;
- умение реагировать на слова собеседника терпеливо и сочувственно;
- умение не заострять внимание на разговорных особенностях собеседника;
- умение учитывать культурные различия;
- умение следить за главной мыслью собеседника и понимать главный смысл его слов;
- умение избегать поспешных выводов, не реагировать на эмоциональные проявления собеседника.

Практические выводы можно сформулировать следующим образом:

- Никогда не следует настаивать на том, что единственно правильными являются только те представления, которые сложились в данной культуре;
- Важно иметь как можно более полное представление о психологии и культуре людей, с которыми осуществляется общение;
- Сообщение необходимо рассматривать с точки зрения их получателей, фокусировать внимание на интересах, чувствах, приоритетах получателей.
- Нужно использовать различные средства доставки сообщений.
- Необходимо отслеживать обратную связь в процессе коммуникации, сверять свои действия с ответной реакцией получателя.

- **Домашнее задание:** познакомиться с информацией в презентации, поработать со своей речью (используя способы, представленные в презентации)

Список использованных источников

- Чернова Г. Р., Слотина Т. В. Психология общения. С. 52.
- Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история. 2-е изд., доп. и испр. М.: Наука, 1979.
- Аширов Д.А. Управление персоналом: учеб. пособие для вузов по специальности «Управление персоналом» / Д.А. Аширов. - М.: Проспект, 2005. - 432 с.
- Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / Т.Ю. Базаров. - М.: Академия, 2003. - 224 с.
- Основы теории коммуникации: учебник для вузов / под ред. М.А. Василюка. - М.: Гардарики, 2007. – 616 с.