

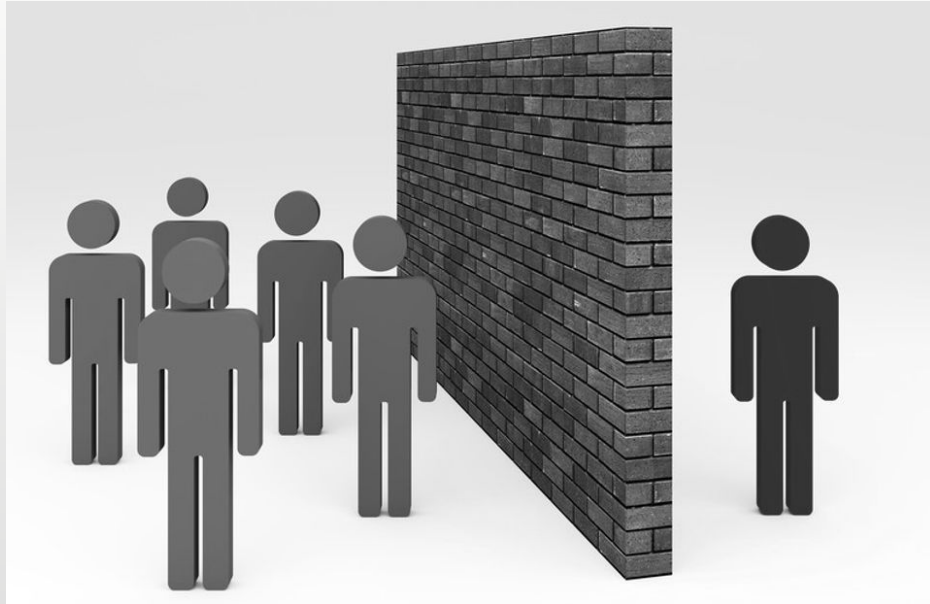
СПОСОБЫ И ПРИЕМЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ

ВЫПОЛНИЛА:

СТУДЕНТКА ГРУППЫ ГД-О-19 СКВОРЦОВА КСЕНИЯ

ПРОВЕРИЛ:

БАНЦЕКИН С.И.



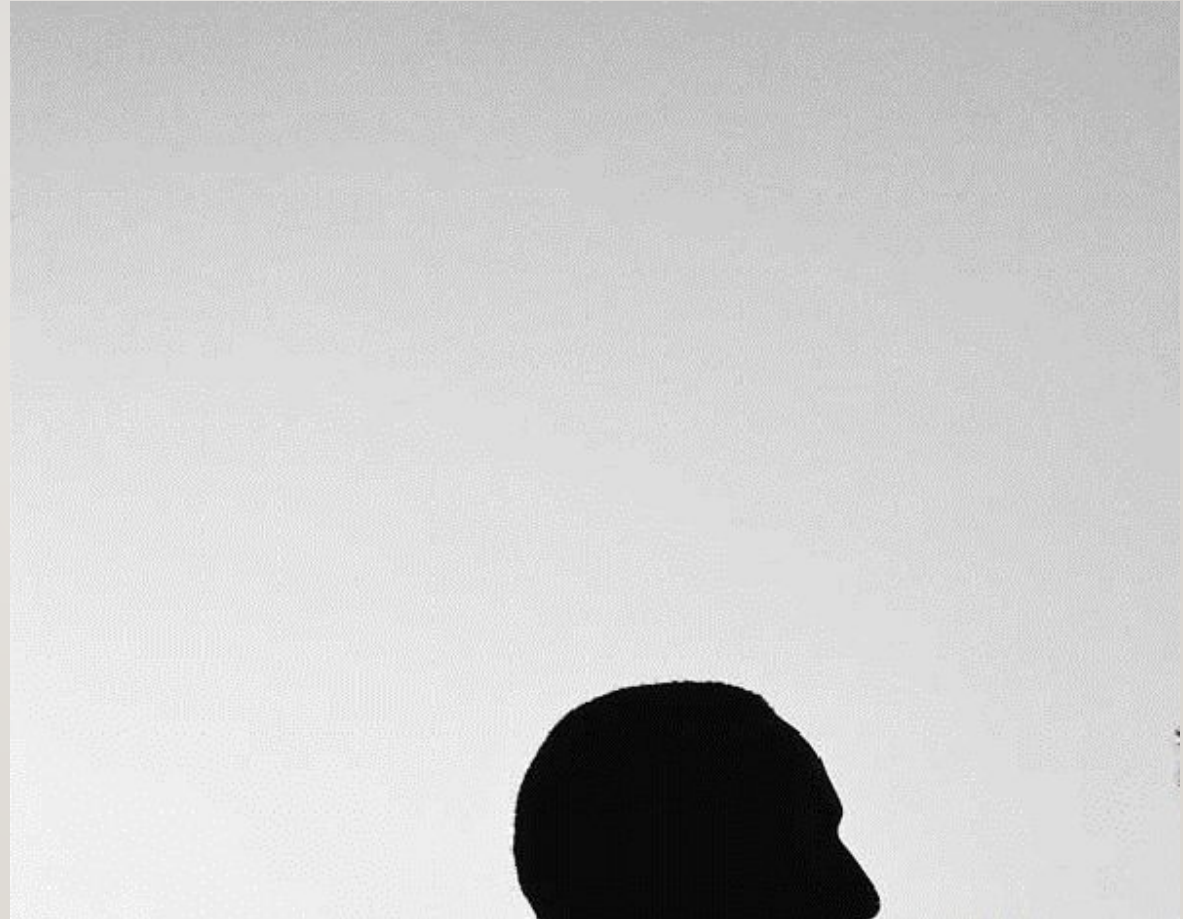
ОПРЕДЕЛЕНИЕ

ОДНОЙ ИЗ ПРИЧИН НЕЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ НАЛИЧИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ.

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ
– ЭТО ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕПЯТСТВИЯ, ВОЗНИКАЮЩИЕ НА ПУТИ ПЕРЕДАЧИ АДЕКВАТНОЙ ИНФОРМАЦИИ.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

1. ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПАРТНЕРОВ (РАЗЛИЧИЙ В ИНТЕЛЛЕКТЕ, ТЕМПЕРАМЕНТЕ, МЫШЛЕНИИ И Т. П.).
2. СОЦИАЛЬНЫХ, ПОЛИТИЧЕСКИХ, РЕЛИГИОЗНЫХ, НАЦИОНАЛЬНЫХ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ.
3. РАЗЛИЧИЙ В СЛОВАРНОМ ЗАПАСЕ И ЛЕКСИКОНЕ.
4. РАЗЛИЧНОГО ЗНАНИЯ ПРЕДМЕТА ОБСУЖДЕНИЯ.





Поршнев Борис Фёдорович

В своей работе он представил б арьеры, 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).



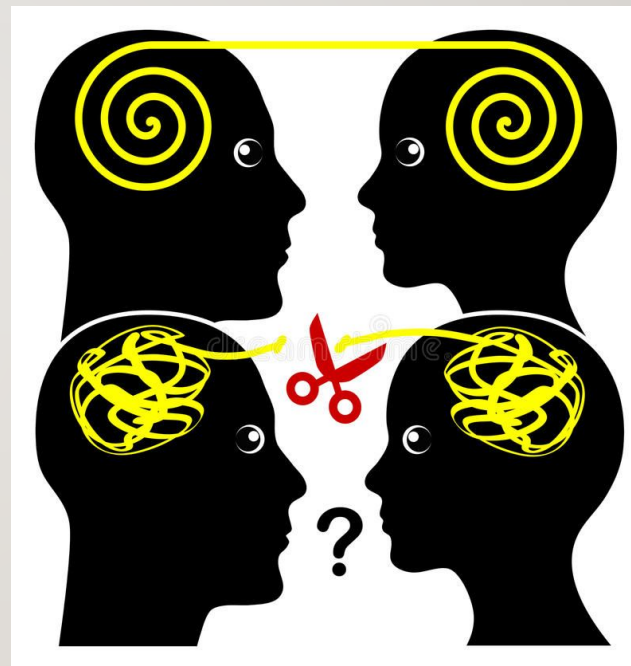
Стилистический барьер

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

Относят 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 этом возникают барьеры:

1. страха;
2. отвращения;
3. безразличности и др.



Приемы активного слушания:

Прием «ПАРАФРАЗ».

Воспроизведение сути высказываний 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 по типу: «Насколько я вас понял...», «Вы считаете, что...».



Прием «УТОЧНЕНИЕ». Вы просите уточнить отдельные положения высказываний. Например, менеджер говорит клиенту: «Это очень интересно; не могли бы Вы уточнить...».



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. Необходимо отслеживать обратную связь в процессе коммуникации, сверять свои действия с ответной реакцией получателя.





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!