

Профессиональная этика и этикет

100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм»,

100110.65 «Домоведение»

Институт Сервиса, моды и дизайна; кафедра Сервиса и моды

Слесарчук Ирина Анатольевна

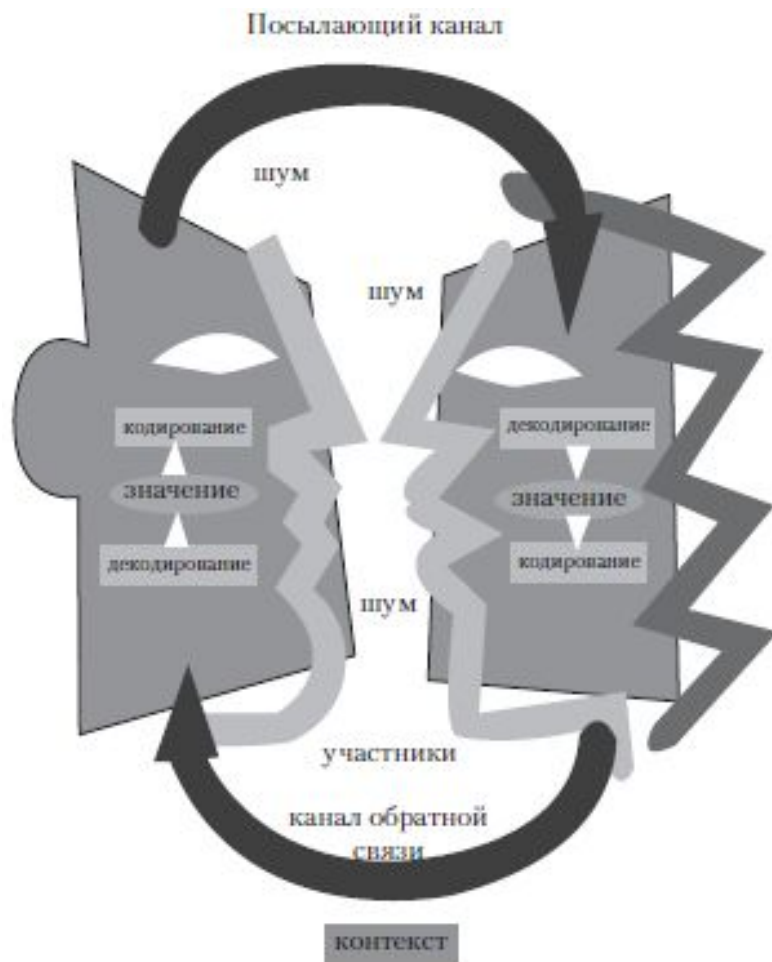
---

## Тема 5. Общение как инструмент этики деловых отношений

Лекция 9. Коммуникативные барьеры общения

# Материал для восстановления знаний

## Модель коммуникационного процесса с двумя участниками



### Основные элементы

- **Источник сообщения** (коммуникатор) — создатель сообщения, лицо генерирующее идею;
- **Коды** — символы или знаки, переводящие сообщение на язык, понятный получателю. В качестве кодов используются вербальные и невербальные средства коммуникации;
- **Сообщение** — информация или закодированная идея, т.е. то, что передает источник получателю;
- **Канал** — средство, с помощью которого сообщение передается от коммуникатора коммуниканту.

# План лекции

---

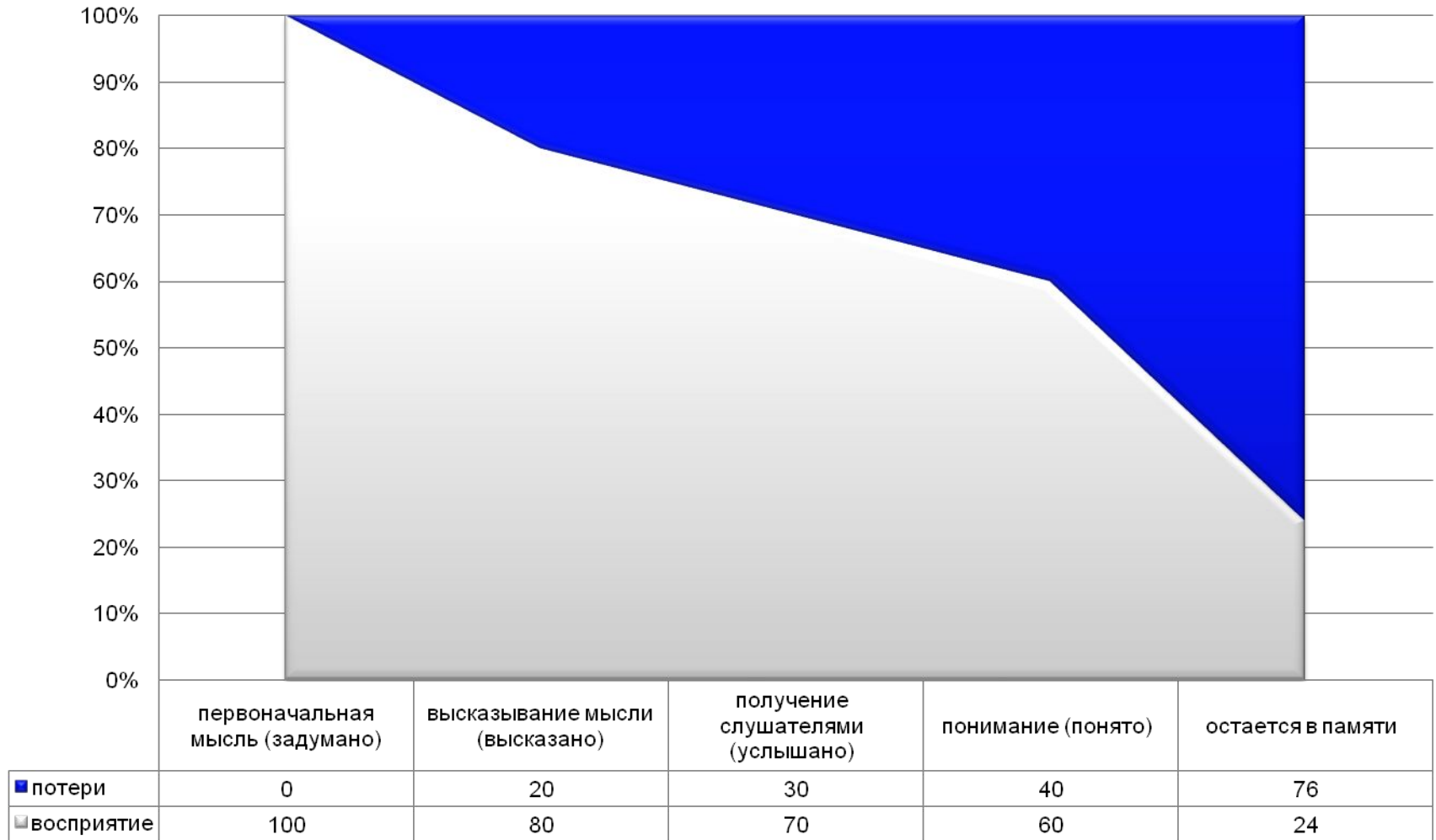
1. Понятие коммуникативных барьеров
2. Виды барьеров общения
  - 2.1. Психологические барьеры
    - 2.1.1. Барьеры отношения
    - 2.1.2. Барьеры техники и навыков общения
  - 2.2. Барьеры непонимания
3. Пути преодоления барьеров общения
  - 3.1. Приемы преодоления избегания
  - 3.2. Приемы преодоления барьеров непонимания

1 вопрос

# ПОНЯТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ

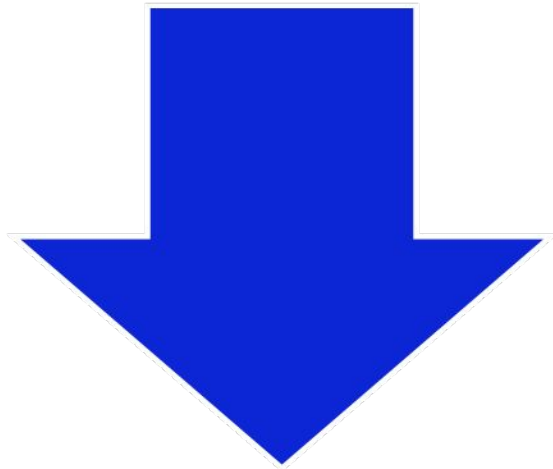
# Процесс восприятия информации

Название диаграммы

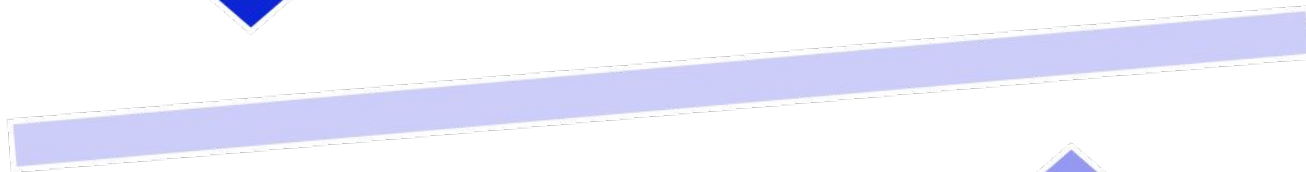


# Понятие коммуникационных барьеров

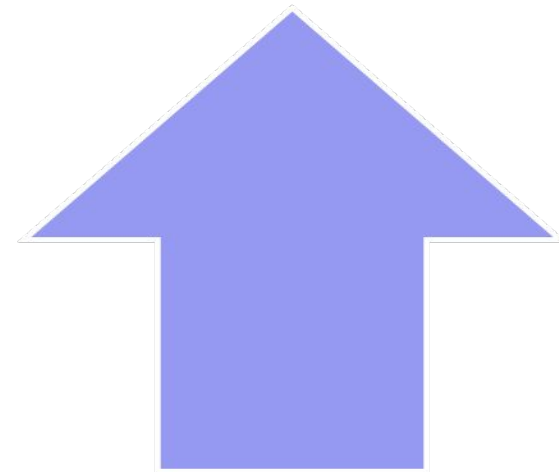
---



препятствия,  
возникающие на пути  
продвижения  
информации от  
коммуниканта (источника  
информации) к  
реципиенту (получателю  
информации)



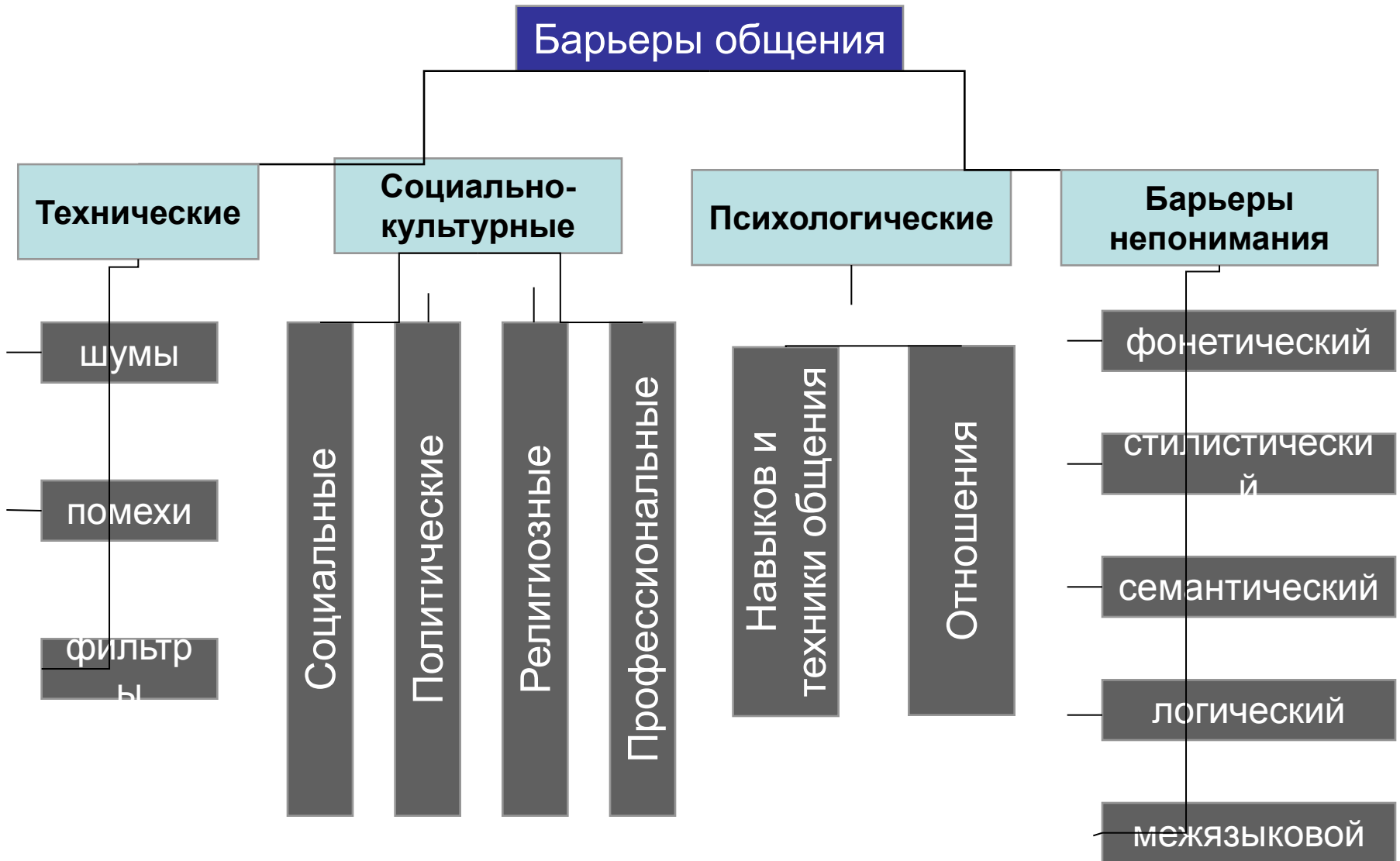
форма психологической  
защиты от постороннего  
психического  
воздействия,  
проводимого в процессе  
обмена информацией  
между участниками  
общения



2 вопрос

# ВИДЫ БАРЬЕРОВ ОБЩЕНИЯ

# Классификация барьеров общения





# Основные виды коммуникационных барьеров

---

## Технические

- связаны с появлением шумов (имеющих естественное происхождение) или созданием помех (имеющих искусственное происхождение) в коммуникационных каналах

## Социально-культурные

- создаются из-за отсутствия единого понимания ситуации общения, вызванной глубинными различиями в ценностных установках, жизненного опыта, присущих представителям той или иной социальной группы

## Психологические

- возникают вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними психологических отношений

## Барьеры непонимания

- источник информации заслуживает доверия, авторитетен, однако информация «не доходит» (не слышим, не видим, не понимаем)

# Психологические барьеры

---

## Барьеры отношения

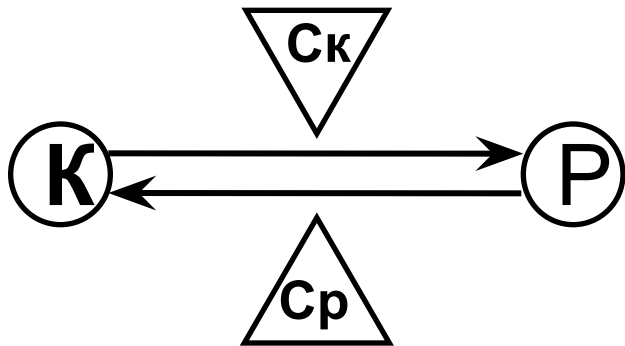
- связаны с явлением перцепции (познания, восприятия коммуникантом и реципиентом друг друга)
- возникновение чувства неприязни, недоверия к коммуниканту распространяется и на передаваемую информацию
- барьеры *отрицательных эмоций*, связанные с физическим и эмоциональным состоянием человека (болезненное состояние, состояние страдания или горя, состояние гнева, отвращение или брезгливость, презрение, страх, стыд и вина)

## Барьеры техники и навыков общения

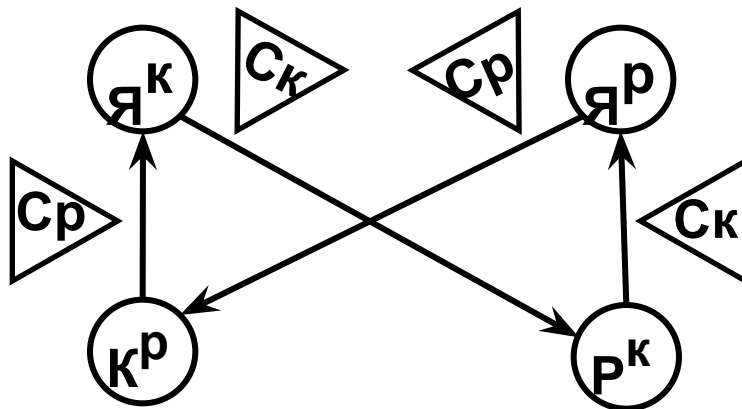
- проявляются тогда, когда препятствием для общения является стремление одного из участников коммуникативного процесса, манипулируя информацией, достигать своих, иногда корыстных целей

# Барьеры отношения

## Абстрактная коммуникация



## Реальная коммуникация



К – коммуникант

Р – реципиент

С<sub>к</sub> – сообщение коммуниканта

С<sub>р</sub> – сообщение реципиента

Я<sub>к</sub> – собственный образ коммуниканта

Я<sub>р</sub> – собственный образ реципиента

К<sup>р</sup> – образ, созданный реципиентом

Р<sup>к</sup> – образ, созданный коммуникантом

# Барьеры отрицательных эмоций



# Типы акцентуации характера (Г. Шмишек)

---

- **Гипертимический**
  - постоянное повышенное настроение, сверхбойкий человек
- **Дистимический**
  - во всем противоположный гипертимическому, вечно серьезный, замкнутый, угрюмый человек постоянное
- **Циклоидный**
  - циклическая смена настроений: человек ведет себя то как гипертимик, то как дистимик
- **Возбудимый**
  - гневливость, склонность к неадекватно резкой реакции
- **Застревающий**
  - человек с таким характером не склонен забывать ни причиненное ему зло, ни сделанное ему добро
- **Педантичный**
  - занудливость, склонность к чрезмерной аккуратности, формализму, сомнениям
- **Тревожный**
  - боязливость, настороженность, неуверенность
- **Эмотивный**
  - излишняя чувствительность, сердобольность, слезливость
- **Демонстративный**
  - манерность, истероидность, эгоцентричность
- 1 • **Экзальтированный**
  - 3 – склонность к преувеличенно искреннему выражению чувств

# Манеры субъектов общения, ведущие к трудностям при коммуникации

---

- **Доминантный субъект общения**

- испытывает потребность обратиться к какому-либо человеку, и его не слишком заботит уместность, целесообразность такого обращения
- не считает для себя обязательным отвечать на вопросы, которые ему поставлены
- хочет сам оказывать влияние на других, овладеть инициативой и подавить активность партнера по общению
- в общении напорист, перебивает партнера, повышает голос, многократно повторяет одно и то же

- **Недоминантный субъект общения**

- человек, постоянно чувствующий себя просителем, боящийся лишней раз взять коммуникативную инициативу, задать вопрос, высказать точку зрения
- очень чувствителен к внешним признакам силы, интеллекта, эмоциональности партнера
- уступчив, легко теряется, не перебивая партнера, терпеливо сносит, когда перебивают его
- нерешителен в раскрытии своих знаний, часто позволяет сбить себя с толку и приходит к выводу о своей неправоте

- **Мобильный субъект общения**

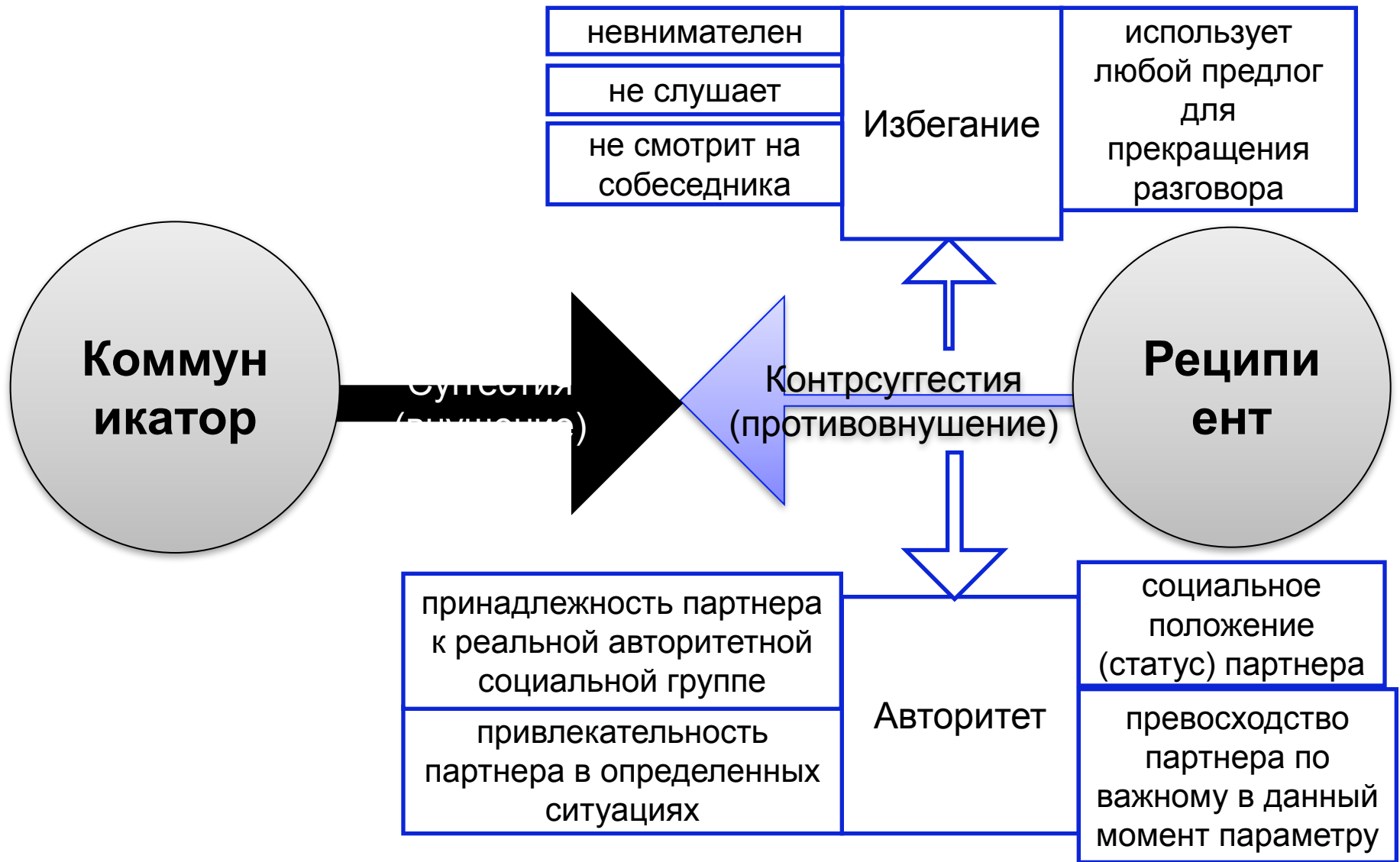
- обладает легкой манерой переключения внимания, быстрой рефлексивной оценкой

- **Ригидный субъект общения**

- требуется основательно изучить партнера, понять его коммуникативные намерения
- слушает внимательно, говорит неспешно, мысль излагает подробно: фразы строит тщательно, стремясь, чтобы слово точнее передавало смысл

- не любит, чтобы его перебивали, не терпит поспешности в изложении мысли от других

# Барьеры техники и навыков общения



# Барьеры непонимания

---

## Фонетические

- когда говорят на иностранном языке
- используют большое число иностранных слов или специальную терминологию
- когда говорят быстро, невнятно и с акцентом (невывразительная речь, речь-скороговорка, звуки-паразиты, дефекты речи)

## Семантические

- различия в системах значений (тезаурусах)

## Стилистические

- несоответствие стиля речи коммуниканта и ситуации общения

## Логические

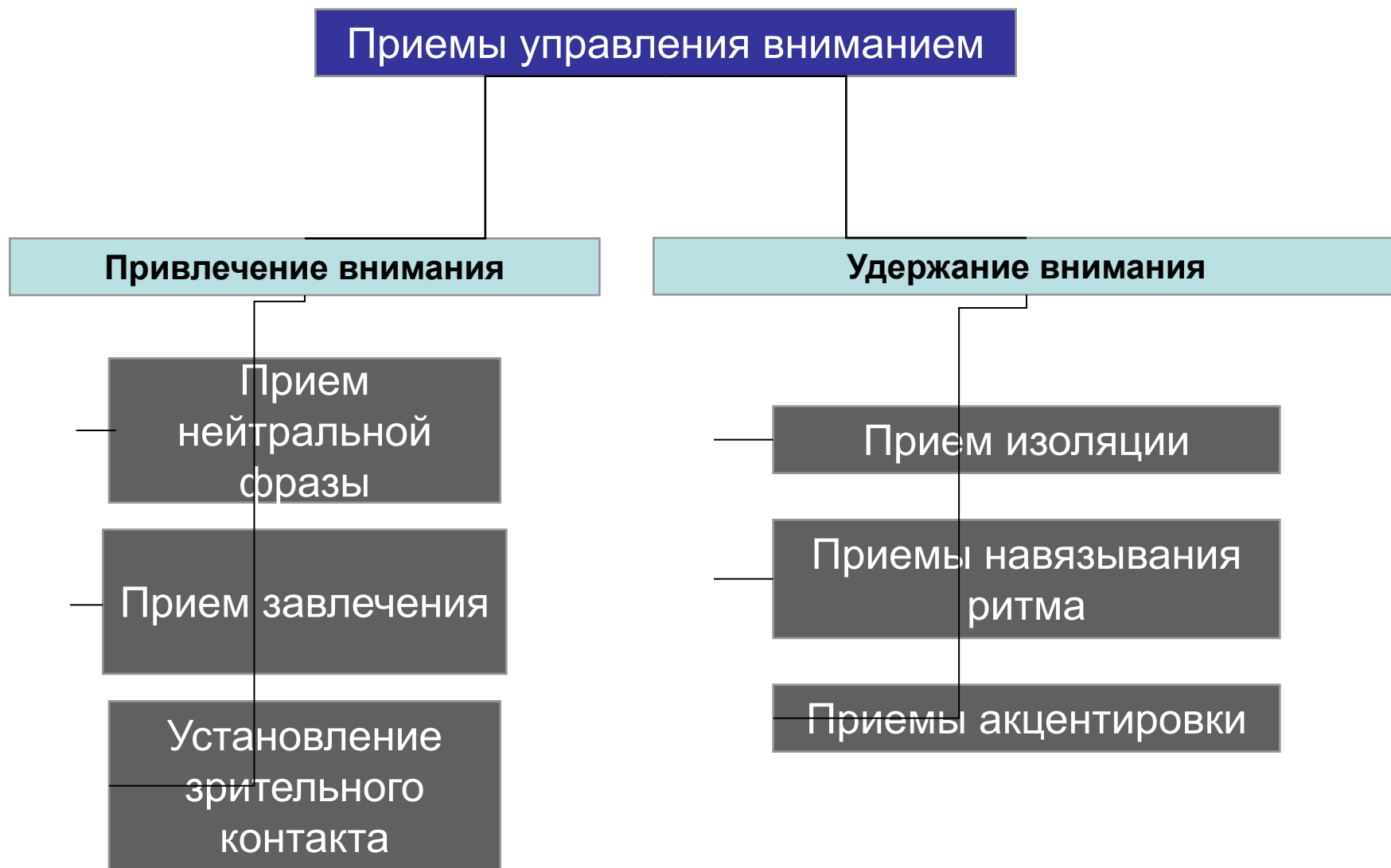
- возникает, если человек, с нашей точки зрения, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики



3 вопрос

# ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ БАРЬЕРОВ ОБЩЕНИЯ

# Способы преодоления избегания



# Сущность приемов привлечения внимания

---

## Прием нейтральной фразы

- В начале выступления произносится фраза, прямо не связанная с основной темой, но имеющая значение и привлекающая внимание партнеров

## Прием завлечения

- Говорящий произносит нечто, что трудно воспринимается, например говорит очень тихо, монотонно или неразборчиво, а слушающему приходится прилагать специальные усилия, чтобы хоть что-то понять

## Установление зрительного контакта

- Говорящий обводит аудиторию взглядом, смотрит пристально на кого-нибудь, выбирает несколько человек в аудитории и кивает им и т.д.

# Сущность приемов поддержания внимания

---

## Прием «изоляции»

- По возможности исключить все посторонние воздействия, максимально изолироваться от них

## Прием навязывания ритма

- Постоянное изменение характеристик голоса и речи

## Прием акцентировки

- Прямая
  - употребление различных служебных фраз, смысл которых и составляет привлечение внимания (таких, например, как "прошу обратить внимание", "важно отметить, что...", "необходимо; подчеркнуть, что..." и т.д.)
- Косвенная
  - места, к которым нужно привлечь внимание, выделяются из общего строя общения за счет контраста

# Способы преодоления барьеров непонимания

---

## Фонетический

- внятная, разборчивая и достаточно громкая речь, без скороговорки
- учет аудитории и индивидуальных особенностей людей

## Семантический

- говорить максимально просто
- заранее договариваться об одинаковом понимании каких-то ключевых слов, понятий, терминов, если надо разъяснить их в начале разговора

## Стилистический

- правильное структурирование передаваемой информации (правило рамки и правило цепи)

## Логический

- учет логики и жизненной позиции собеседника
- правильная аргументация

**начало и конец  
любого  
информационного  
ряда, из чего бы он  
ни состоял,  
сохраняется в  
памяти человека  
лучше, чем середина**



## Варианты перечисления

- Простое перечисление
- Ранжирование
- Логическая цепь

# Ключевые понятия

---

- Коммуникативные барьеры
- Барьеры отрицательных эмоций
- Барьеры отношения
- Контрсуггестия
- Избегание
- Непонимание
- Фонетический барьер
- Семантический барьер
- Стилистический барьер
- Логический барьер
- Правило рамки
- Правило цепи
- 4 • Прием нейтральной фразы



# Приобретенные знания

---

- Знание основных видов коммуникативных барьеров
- Знание приемов преодоления избегания
- Знание способов преодоления барьеров непонимания

# Вопросы для самопроверки

---

- Что такое коммуникативные барьеры? Назовите причины их возникновения в общении.
- Основные виды коммуникативных барьеров.
- Охарактеризуйте психологические барьеры.
- Что представляют собой барьеры отношения?
- Назовите барьеры отрицательных эмоций.
- Объясните механизм возникновения барьеров техники и навыков общения.
- Что представляют собой барьеры избегания и авторитета?
- Охарактеризуйте барьеры непонимания. С чем связано их возникновение?
- Охарактеризуйте основные приемы преодоления избегания.
- Пути преодоления стилистического барьера.

# Рекомендуемая литература

---

1. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.Н. Лавриненко и др.; Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. - 279 с.
2. Кибанов А.Я. Этика деловых отношений: учебник для студ. вузов / А. Я. Кибанов, Захаров Д.К., Коновалова В.Г. – М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Лукаш Е.Ю. Профессиональная этика: Искусство общения с людьми: Учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. – 224 с.

---

## Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.