

Профессиональная этика и этикет

100103.65 «Социально-культурный сервис и туризм»,

100110.65 «Домоведение»

Институт Сервиса, моды и дизайна; кафедра Сервиса и моды

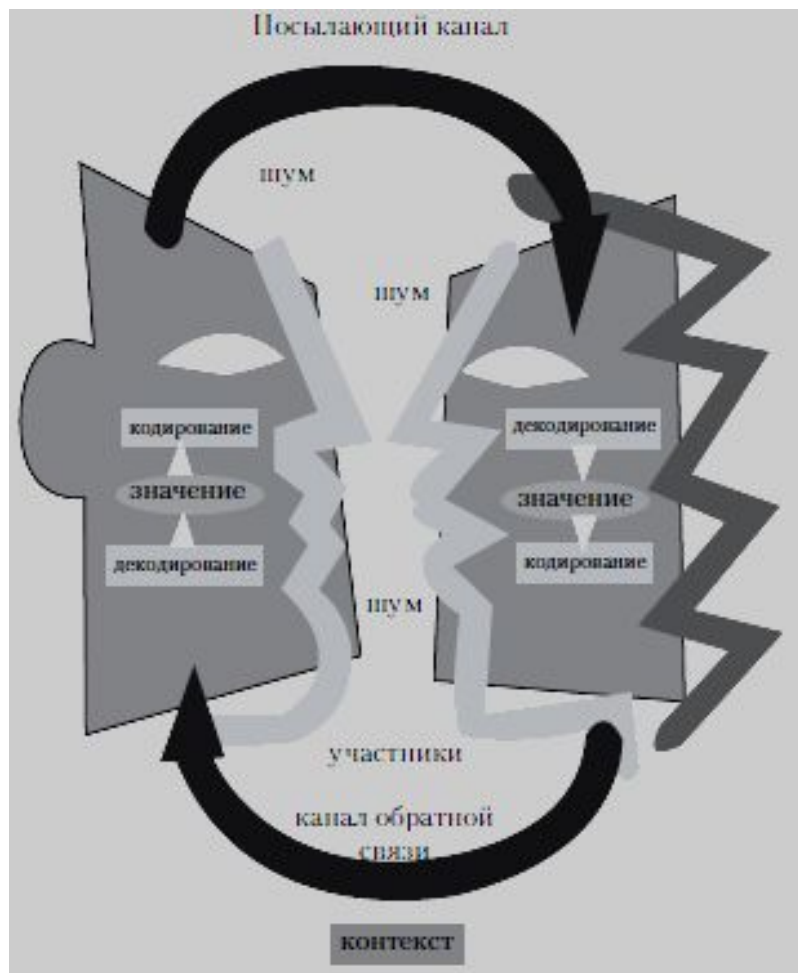
Слесарчук Ирина Анатольевна

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

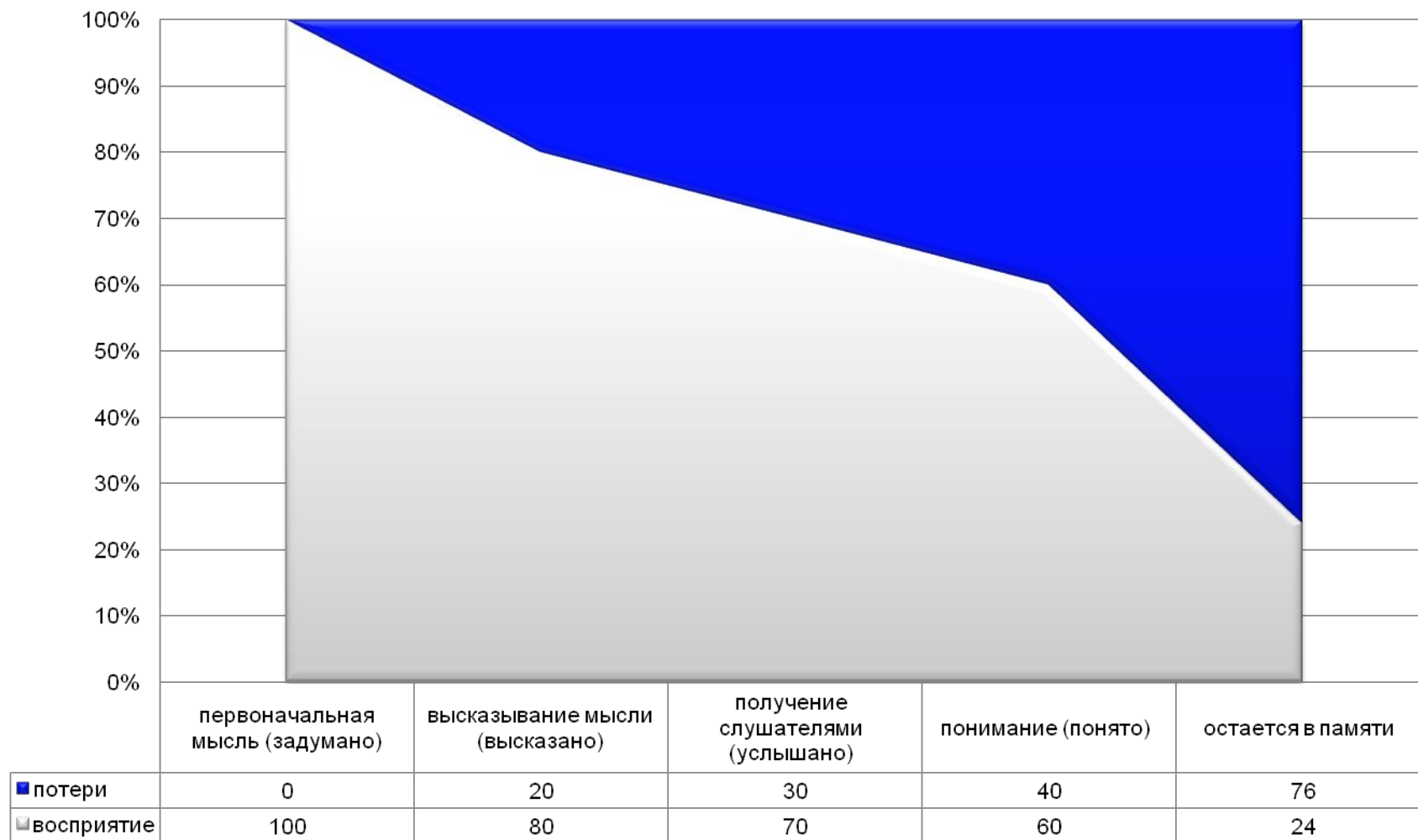
1. Понятие коммуникативных барьеров
2. Виды барьеров общения
 - 2.1. Психологические барьеры
 - 2.1.1. Барьеры отношения
 - 2.1.2. Барьеры техники и навыков общения
 - 2.2. Барьеры непонимания
3. Пути преодоления барьеров общения
 - 3.1. Приемы преодоления избегания
 - 3.2. Приемы преодоления барьеров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

1 вопрос

ПОНЯТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ

Процесс восприятия информации

Название диаграммы



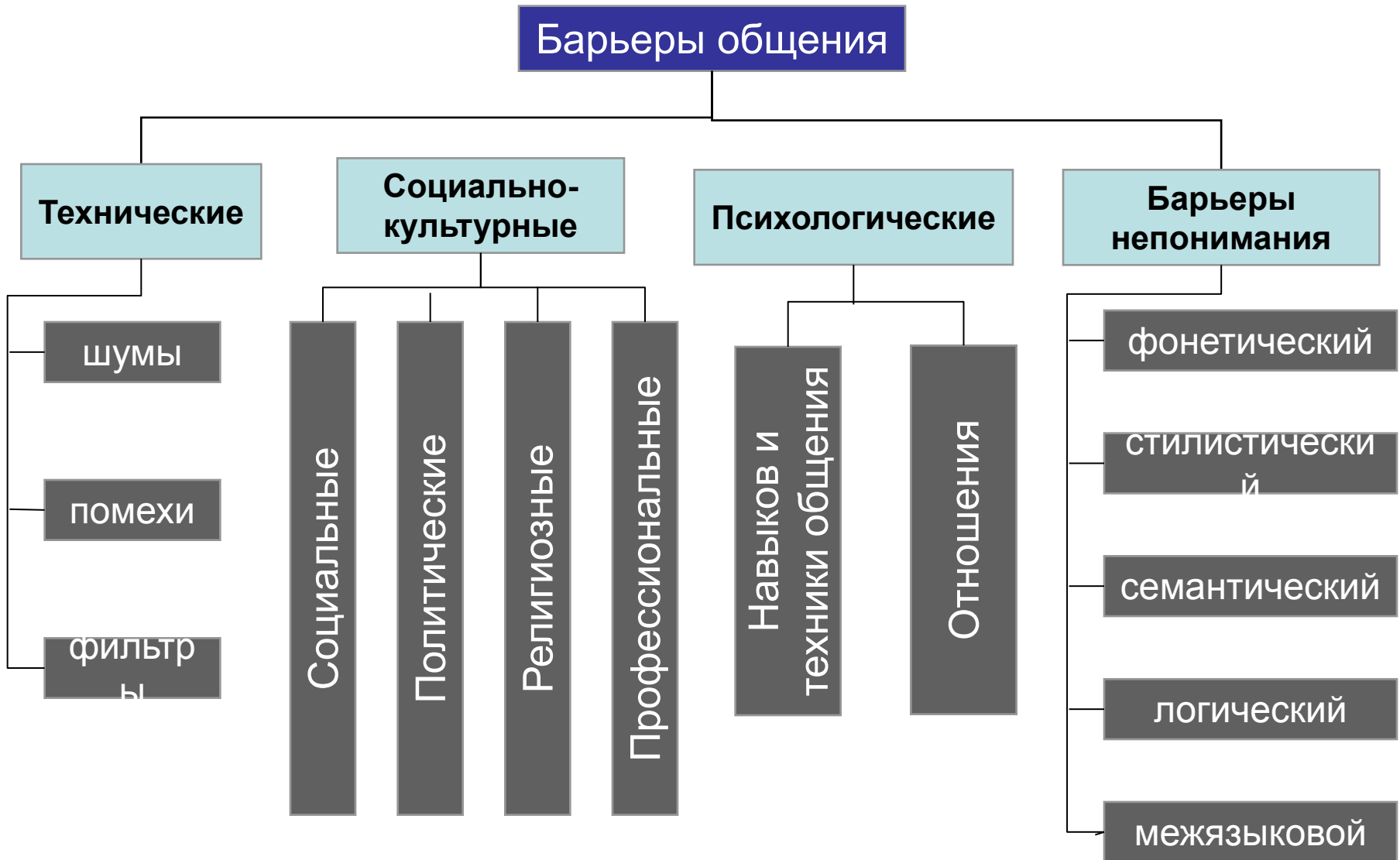
Понятие коммуникационных барьеров

- 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

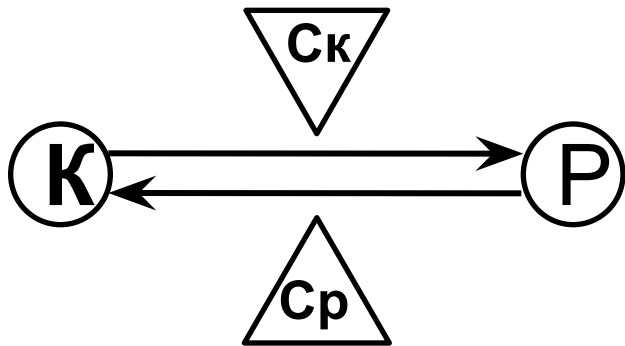
- связаны с явлением перцепции (познания, восприятия коммуникантом и реципиентом друг друга)
- возникновение чувства неприязни, недоверия к коммуниканту распространяется и на передаваемую информацию
- барьеры *отрицательных эмоций*, связанные с физическим и эмоциональным состоянием человека (болезненное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

Барьеры техники и навыков общения

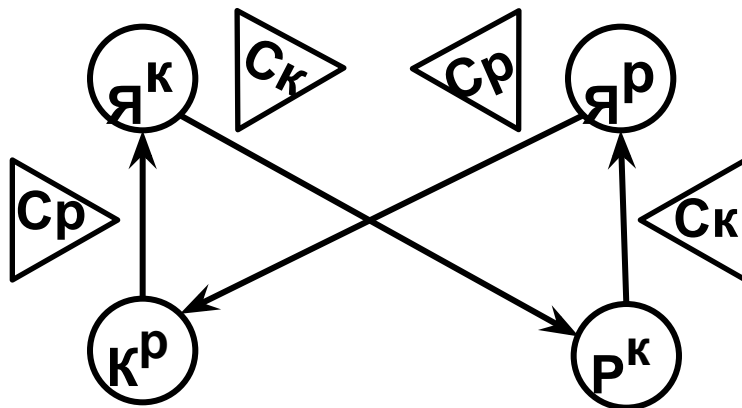
- проявляются тогда, когда препятствием для общения является стремление одного из участников коммуникативного процесса, манипулируя информацией, достигать своих, иногда корыстных целей

Барьеры отношения

Абстрактная коммуникация



Реальная коммуникация



К – коммуникант

Р – реципиент

C_k – сообщение коммуниканта

C_p – сообщение реципиента

$Я_k$ – собственный образ коммуниканта

$Я_p$ – собственный образ реципиента

$К^p$ – образ, созданный реципиентом

$Р^k$ – образ, созданный коммуникантом

Барьеры отрицательных эмоций

- возникает в результате нарушения кем-либо элементарных этических норм или вследствие гигиенического неприятия другого человека
- **Презрения**
 - вызывают **аморальные** поступки, неприемлемые черты характера (трусость, скупость), предрассудки и т.д.
- **Страха**
- **Стыда и вины**
 - возникает в результате осознания неуместности происходящего
- **Плохого настроения**
- **Темперамента**
 - возникает как следствие встречи двух людей с разными типами нервной системы
- **Характера**
- **Акцентуации характера**
- **Манеры общения**

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**

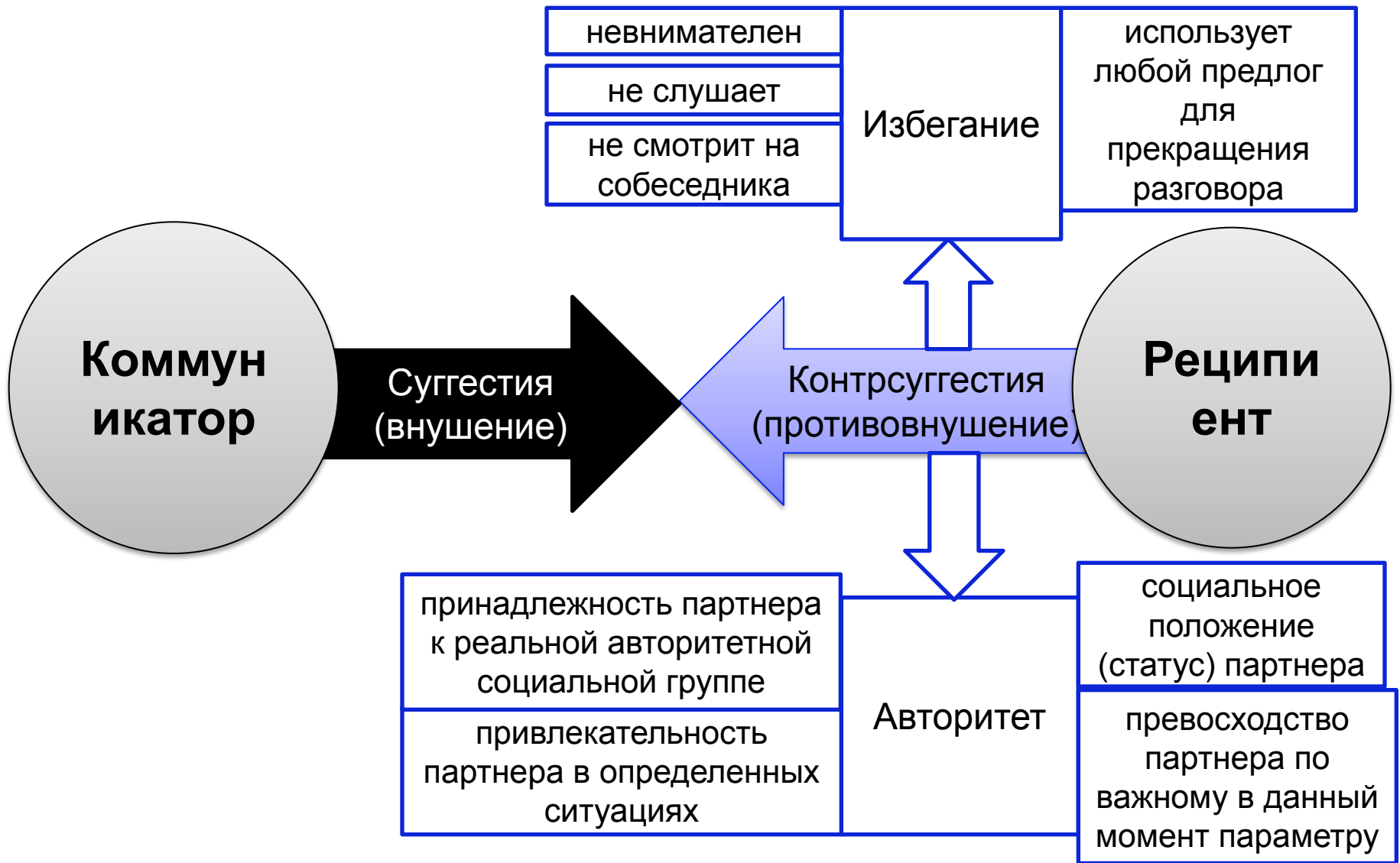
- обладает легкой манерой переключения внимания, быстрой рефлексивной оценкой

- **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 (невыразительная речь, речь-скороговорка, звуки-паразиты, дефекты речи)

Семантические

- различия в системах значений (тезаурусах)

Стилистические

- несоответствие стиля речи коммуниканта и ситуации общения

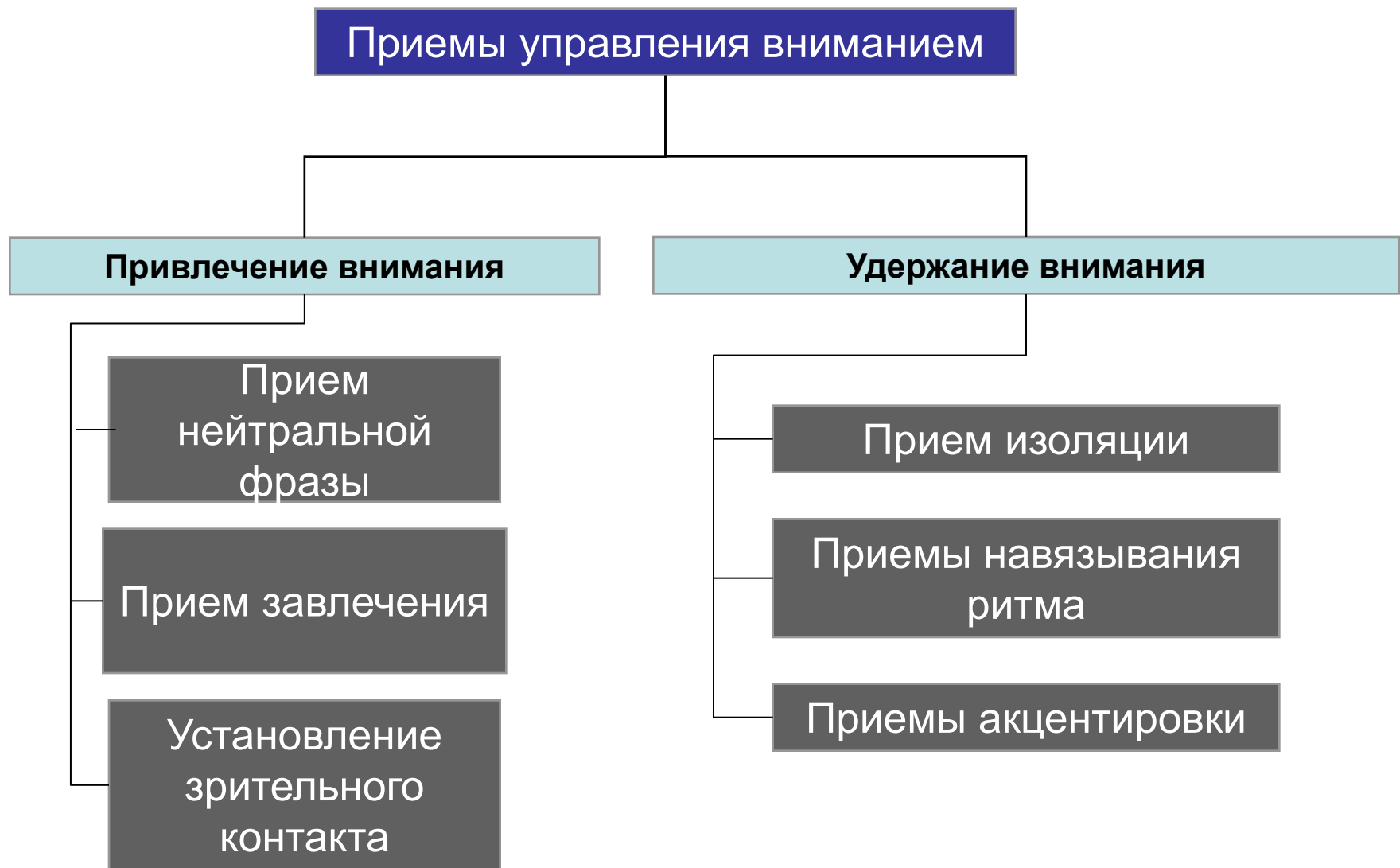
Логические

- 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
- скверны
- скверной лексики
- максимальной скорости
- индивидуальное
- заранее

Семантический

- договариваться об одинаковом понимании каких-то ключевых слов, понятий, терминов, если
- правильное

Стилистический

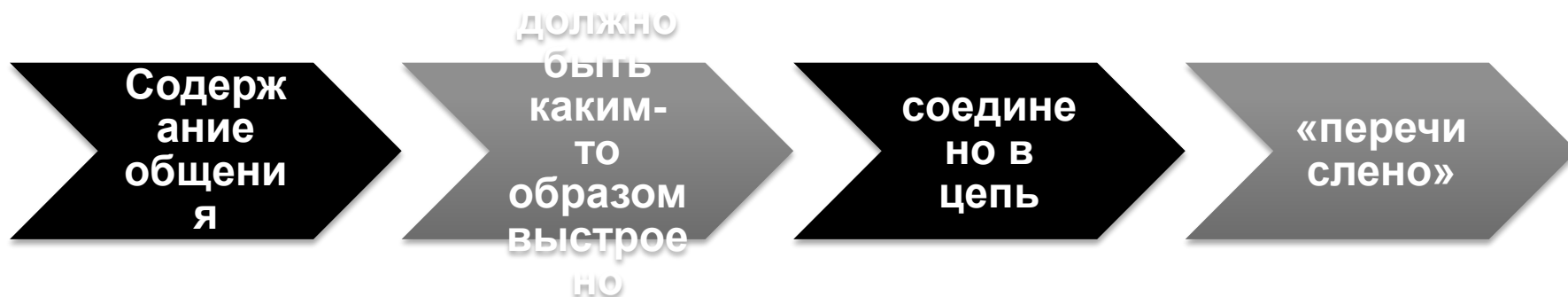
- структурирование передаваемой информации (правило рамки и правило цепи)

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**

Правило цепи



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.