Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей и права

Контрольная работа

на тему: «Коммуникационные барьеры»

Дисциплина: Деловая коммуникация в деятельности менеджера

Выполнила:

Барановская М.Ю.

Группа: 49-БМР

Проверил:

Калининград

2009

**Содержание**

Введение

1. Коммуникационные барьеры, причины их возникновения и классификация

2. Виды коммуникационных барьеров

2.1 Барьер «авторитет»

2.2 Барьер «избегание»

2.3 Барьер «непонимание»

2.3.1 Фонетический барьер

2.3.2 Семантический барьер

2.3.3 Стилистический барьер

2.3.4 Логический барьер

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

# Введение

Коммуникации являются важнейшей составляющей в деятельности руководителя, поскольку коммуникации - это обмен информацией между людьми. Без обмена информацией они не могут вместе работать, формулировать задачи и решать их.

Коммуникации – важнейший элемент обеспечения эффективности управления. Руководитель тратит от 50 до 90% своего времени именно на коммуникации. Не только слово, цифра и другая информация, которая может быть представлена письменно или графически, занимает основное место и является важнейшим в коммуникационном процессе, но и другие элементы (жесты, мимика, паузы) могут быть определяющими с позиций оценки эффективности управления.

В связи с этим высокопрофессиональный менеджер должен понимать, каким образом среда влияет на обмен информацией, и владеть искусством устного и письменного общения.

# 1. Коммуникационные барьеры, причины их возникновения и классификация

Чаще всего разногласия и непонимание, т.е. “барьеры” коммуникаций, связаны не с искажением информации или ее недостатком, а с неумением или нежеланием почувствовать другого человека, проникнуться его потребностями, заботами, или болью. Расхождения возникают из-за желания навязать свое видение и понимание ситуации. Часто препятствием на пути к согласию является опасение потерять влияние (над человеком, группой).

Американский психолог Маршал Розенберг, разрабатывающий принципы “ненасильственной коммуникации”, считает, что существуют три основные формы общения, которые препятствуют состраданию, провоцируя при этом непонимание и вынужденную защиту.

1. Слова, воспринимаемые как требование. Для каждого из нас дорога автономия – возможность самостоятельно выбрать себе цели и действовать в соответствии с выбором. Требование угрожает этой возможности. Когда мы слышим требование, то часто видим перед собой два пути: подчинение или борьбу. Когда же нас просят, мы чувствуем себя свободными и охотно откликаемся на просьбу, если ожидаемые от нас действия не противоречат нашим ценностям. Если же действия не созвучны нашим целям и ценностям, мы просто говорим о невозможности откликнуться на просьбу.

2. Слова, которые воспринимаются как диагноз, осуждение. Когда мы говорим людям, что считаем их грубыми, эгоистичными или невнимательными к окружающим, то они, как правило, начинают плохо думать или о себе, или о нас. Если они изменили поведение, которое мы осудили, то сделали это, скорее испытывая стыд, страх или вину, чем из желания действовать в согласии с нами.

3. Слова, не оставляющие выбора. Возможность самостоятельно осуществлять выбор прибавляет нам силы. Особенно необходима для человека возможность выбирать свою цель, свой путь к мечте.

“Барьерами” коммуникаций может быть незнание основных каналов получения информации и неумение собеседников определять ведущий путь усвоения информации друг другом.

Часто при общении допускаются следующие ошибки:

1. Ошибки в разговоре

“Читаем мысли” другого. Человек может ошибочно полагать, что его считают глупым, злым, жадным и т. д. “Я вижу, ты считаешь меня глупым (жадным, злым и т. д.)”.

Принимаем молчание за внимание. Если собеседник молчит, то это еще не означает, что он слушает.

Попытка скрыть свои чувства. Напрасно ожидать откровенности от собеседника, если сам держишь свои чувства под замком.

Недооцениваем необходимость тратить время на коррекцию эмоционального состояния – своего или собеседника. Например, если вы догадались, что собеседник испытывает какое-либо чувство, то полезнее помочь ему открыть это чувство, снизив тем самым остроту переживаний.

Призываем других измениться или требуем от них стать такими, как нужно нам. Призыв или совет: “Не будь таким чувствительным” или какой-либо сходный с ним бессмысленнее.

2. Ошибки при слушании

Притворство, что слушаем. Как бы мы ни притворялись, отсутствие интереса непременно проявится в выражении лица или в жестах.

Когда мы мысленно не соглашаемся с говорящим, то часто прекращаем слушать, и ждем своей очереди высказаться. Дождавшись, увлекаемся обоснованием своей точки зрения, а затем не можем переключить внимание на говорящего после того, как высказались. Тем самым теряем нить разговора и затрудняем понимание друг друга.

Оказываемся под влиянием чувств сильно взволнованного собеседника и пропускаем смысл сообщения.

Задавание лишних вопросов с целью показать, что разговор интересен.

Коммуникативные барьеры делятся на (рис.П.1):

1. Технические барьеры;
2. Социально-культурные барьеры;
3. Психологические барьеры;
4. Барьеры понимания.

Мы рассмотрим только социально-культурные, психологические и барьеры понимания, разделив их на следующие три группы: барьер «авторитет»; барьер «избегание»; барьер «непонимание».

# 2 Виды коммуникационных барьеров

## 

## 2.1 Барьер «авторитет»

Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии другим. Таким образом, доверие и недоверие как бы персонифицируются и зависят не от особенностей передаваемой информации, а от того, кто говорит. Например, пожилые слабо прислушиваются к советам молодых.

Отнесение человека к авторитетным зависит от следующих факторов:

1. социального положения (статуса), от принадлежности к реальной «авторитетной» группе. Психолог П. Уилсон показывал студентам разных классов колледжа одного и того же мужчину. В одном классе психолог представлял этого мужчину как студента, во втором — как лаборанта, в третьем — как преподавателя, в четвертом — как доцента, в последнем — как профессора. После того как гость уходил, студентов просили максимально точно определить его рост и рост самого экспериментатора. Оказалось, что рост незнакомца неуклонно увеличивался по мере увеличения его социального статуса, в то время как рост психолога не менялся. Интересно, что разрыв в росте незнакомца от первого до последнего класса составлял 14—15 см;

2. привлекательного внешнего вида (аккуратная ли прическа, расчесан ли, выглажен ли, выбрит ли, застегнут ли на все пуговицы и др.);

3. доброжелательного отношения к адресату воздействия (улыбка, приветливость, простота в обращении и др.);

4. компетентности;

5. искренности, причем если слушающий доверяет говорящему, то он очень хорошо воспринимает и запоминает выводы и практически не обращает внимания на ход рассуждений. Если же доверия меньше, то к выводам он относится прохладнее, зато очень внимателен к аргументам и ходу рассуждений.

## 

## 2.2 Барьер «избегание»

Человек избегает источников воздействия, уклоняется от контакта с собеседником. Если уклониться невозможно, то он прилагает все усилия, чтобы не воспринимать сообщение (невнимателен, не слушает, не смотрит на собеседника, использует любой предлог для прекращения разговора). Иногда избегают не только источников информации, но и определенных ситуаций (например, стремление закрыть глаза при просмотре «страшных мест» из фильмов ужасов).

Как же преодолевать этот барьер? Установлено, что чаще всего барьер обусловлен той или иной степенью невнимания. Поэтому, только управляя вниманием собеседника, аудиторией, можно преодолеть этот барьер. Главное при этом разрешить две взаимосвязанные проблемы:

1. привлечь внимание;

2. удержать внимание.

На наше внимание больше всего влияют следующие факторы: актуальность и важность информации, ее новизна, нестандартность подачи, неожиданность, интенсивность передачи информации, звучность голоса и его модуляция.

Привлечь внимание можно при использовании трех основных приемов. К ним относятся:

1. прием «нейтральной фразы». В начале выступления, беседы произносится фраза, прямо не связанная с основной темой, но зато наверняка по каким-либо причинам имеющая смысл, значение, ценность для собеседника или для всех присутствующих (откуда родом, последний просмотренный фильм, телевизионная передача, прочитанная книга, увлечения и др.);

2. 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. Эти усилия и предполагают концентрацию внимания. В результате, говорящий как бы «завлекает» слушающего в свои «сети». Другими словами, говорящий провоцирует слушателя самого применить способы концентрации внимания, а потом их использует;

3. прием «зрительного контакта». Говорящий обводит аудиторию взглядом, смотрит пристально на кого-нибудь, выбирает несколько человек в аудитории и кивает им и т.д.

Не менее важна и проблема поддержания внимания. Она решается рядом приемов. Наиболее важные из них следующие.

1. прием «изоляции» (когда отводят собеседника в сторону, уединяются, закрывают двери и окна в лекционных аудиториях, делают замечания говорящим. Вот почему говорящий больше мешает лектору, чем спящий);

2. прием «навязывания ритма» (постоянное изменение характеристик голоса и речи, т.е. говоря то громче, то тише, то быстрее, то медленнее, то выразительно, «с нажимом», то скороговоркой, то нейтрально, говорящий как бы навязывает собеседнику свою последовательность переключения внимания). Этим приемом ликвидируется монотонность звучания;

3. прием «акцентировки» (употребление различных служебных фраз, призванных привлечь внимание, типа «Прошу обратить внимание», «Важно отметить, что...», «Необходимо подчеркнуть, что...» и др.).

## 

## 2.3 Барьер «непонимание»

Зачастую источник информации заслуживает доверия, авторитетен, однако информация «не доходит» (не слышим, не видим, не понимаем). Почему это происходит и как можно эти проблемы решить?

Обычно выделяют четыре барьера непонимания: фонетический (фонема — звук), семантический (семантика — смысловое значение слов), стилистический (стилистика — стиль изложения, соответствие формы и содержания), логический.

### 

### 2.3.1 Фонетический барьер

Фонетический барьер непонимания возникает в следующих случаях:

1. когда говорят на иностранном языке;
2. используют большое число иностранных слов или специальную терминологию;
3. когда говорят быстро, невнятно и с акцентом.

Преодолеть фонетический барьер вполне возможно, и для этого важны:

1. внятная, разборчивая и достаточно громкая речь, без скороговорки;
2. учет аудитории и индивидуальных особенностей людей (чем хуже знает человек предмет обсуждения, тем медленнее надо говорить, тем подробнее нужно разъяснять, люди разных национальностей говорят с различной скоростью: на севере и в средней полосе — медленнее, на юге — быстрее; маленькие дети и старики плохо воспринимают быструю речь и др.);
3. наличие обратной связи с собеседником, с аудиторией.

### 

### 2.3.2 Семантический барьер

Семантический барьер непонимания возникает, когда фонетически язык «наш», но по передаваемому смыслу «чужой». Это возможно по следующим причинам:

1. любое слово имеет обычно не одно, а несколько значений;
2. «смысловые» поля у разных людей разные;
3. зачастую используются жаргонные слова, тайные языки, часто употребляемые в какой-либо группе образы, примеры (например, смысл слов «перо», «капуста» и др. на воровском жаргоне существенно отличается от истинного значения).

Возникновение барьера можно объяснить так: мы обычно исходим из того, что «все понимают, как я», а между тем правильнее было бы сказать обратное — «все понимают по-своему».

Для преодоления семантического барьера необходимо:

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

### 

### 2.3.3 Стилистический барьер

Стилистический барьер непонимания возникает, когда человек обязан понять и, следовательно, отразить в каком-то ответе или действии только то словесное обращение, которое подчинено установленной грамматической структуре. В противном случае, когда происходит несоответствие между формой и содержанием, возникает стилистический барьер.

Другими словами, если стиль изложения слишком тяжелый, излишне легковесный, в общем, не соответствует содержанию, то слушающий его не понимает или отказывается, не хочет понимать.

С определенными оговорками можно признать, что стиль — это отношение формы сообщения к его содержанию. Поэтому главное при преодолении стилистического барьера — правильно структурировать передаваемую информацию.

Существуют два основных правила структурирования информации в общении: правило рамки и правило цепи.

Правило рамки основывается на действии психологического закона работы памяти, открытого немецким психологом Г. Эббингаузом (этот закон часто называют еще «фактором ряда»). Суть его в том, что начало и конец любого информационного ряда, из чего бы он ни состоял, сохраняется в памяти человека лучше, чем середина.

Рамку в общении создают начало и конец разговора. Для эффективности общения, предстоящего разговора, беседы целесообразно вначале указать цель, перспективы и предполагаемые результаты общения, а в конце разговора — подвести итоги, показать ретроспективу и отметить степень достижения целей. Причем в первичном общении наиболее важной частью является начало, а при неоднократном деловом общении — конец разговора. Во втором случае людей не так интересует, как проходили переговоры, беседа, как то, чем они закончились.

Правило цепи основано на том предположении, что содержание общения не может быть бесформенной грудой разнообразных сведений, оно должно быть каким-то образом выстроено, соединено в цепь, «перечислено». Любая цепь, упорядочивая, связывая, организуя содержание, как и рамка, выполняет сразу две задачи: во-первых, позволяет улучшить запоминание, во-вторых, помогает структурировать информацию в соответствии с ожиданиями собеседника.

Возможны следующие варианты перечисления:

1. простое перечисление — «во-первых, во-вторых, в-третьих...»;
2. ранжирование — «сначала о главном, теперь о составных элементах, наконец, менее существенное...»;
3. логическая цепь — «если это — то, тогда можно предположить, что..., а следовательно...». Логическое построение сообщения должно вести собеседника от привлечения внимания к интересу, от интереса к основным положениям, от основных положений к возражениям и вопросам, от возражений и вопросов к заключению, а от заключения к призыву действовать.

### 2.3.4 Логический барьер

Барьер логического непонимания возникает, если человек, с нашей точки зрения, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики; тогда мы не только отказываемся его понимать, но и эмоционально воспринимаем его слова отрицательно. При этом неявно предполагаем, что логика есть только одна — правильная, т.е. наша.

Однако ни для кого не секрет, что существуют разные логики: женская, детская, возрастная и т.д. Каждый человек думает, живет и действует по своей логике, но вот в общении, если только эти логики не соотнесены или если у человека нет ясного представления о логике партнера, возникает барьер логического непонимания.

Преодоление логического барьера возможно при соблюдении следующих условий:

1. учет логики и жизненной позиции собеседника. Для этого необходимо примерно представлять себе позицию партнера, собеседника (кто он, на каких позициях стоит и др.), а также индивидуальные и социально-ролевые особенности, так как приемлемость или неприемлемость той или иной логики для партнера в основном зависит от его исходной направленности;
2. правильная аргументация.

Существуют различные виды аргументации:

1. возрастающая (когда сила аргументов к концу общения возрастает). К ней целесообразно обращаться при высокой заинтересованности в разговоре собеседника и при его высоком образовательном уровне;
2. убывающая (когда сила аргументов к концу сообщения ослабевает). К ней целесообразно обращаться при необходимости пробудить внимание и интерес и при низком образовательном уровне;
3. односторонняя (когда следуют аргументы только положительные или только отрицательные). К ней целесообразно обращаться, когда надо укрепить уже имеющиеся у людей взгляды, представления, когда позиции сторон сходны, когда у объекта воздействия низкий образовательный уровень;
4. двусторонняя (когда используются различные — как положительные, так и отрицательные — аргументы). К ней целесообразно обращаться, когда слушатель, собеседник безразлично или негативно настроен на восприятие данной информации, т.е. когда аргументы противоречат его сложившимся представлениям, установкам, когда у собеседника высокий образовательный уровень.

# Заключение

Таким образом, барьеры в общении не являются результатом сознательной, произвольной и направленной защиты от воздействия информации. Их действие противоречиво.

Коммуникационные барьеры обусловлены:

1. трудностями восприятия;
2. семантическими барьерами;
3. невербальными барьерами;
4. плохой обратной связью.

Проблемы коммуникации в организациях напрямую связаны с характеристикой барьеров и могут быть представлены следующим образом:

1. искажение сообщений (сознательно, несознательно);
2. информационные перегрузки, которые усложняют процесс обработки информации;
3. неудовлетворительная структура организации (иерархия, кадры, организация выполнения задач).

Система барьеров есть своего рода автоматизированная охрана — при своеобразном срабатывании охранной сигнализации автоматически перекрываются подступы к человеку. В противном случае мозг и психика человека просто не выдержали бы обвала информации. Однако иногда барьеры играют и отрицательную роль.

Например, тяжело изложенная, но нужная информация не воспринимается или воспринимается с искажениями, неполно. Человек, знающий решение, но не имеющий авторитета, может быть не услышан. Разрешить это противоречие позволяет знание социально-психологических особенностей перечисленных барьеров и способов их преодоления.

Совершенствовать коммуникации в организациях можно по следующим направлениям:

1. регулирование информационных потоков (изучение информационных потоков);
2. разработка систем сбора предложений с целью обеспечения более легкого поступления и прохождения информации от низовых уровней наверх и с целью снижения фильтрации;
3. совершенствование управленческих действий (проведение собраний, совещаний);
4. совершенствование систем обратной связи;
5. использование современных информационных технологий (сети, e-mail, Интернет);
6. выпуск информационных бюллетеней.

# Список использованной литературы

1. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. - СПб.: Михайлов, 2002. - 460 с.
2. Лукичева Л.И. Управление персоналом.- М.: МИЭТ, 2000.- 265 с.
3. Андреева Г.М. Социальная психология.- М.: Аспект-пресс, 2004.-366 с.
4. Дейк Т.А. Язык, познание, коммуникация. - Благовещенск, 2000. – 234 с.
5. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М., 2000. – 127 с.

# Приложение



Рисунок 1. Классификация коммуникативных барьеров