**Содержание**

**Введение…………………………………………………………………………….2**

**Глава 1. Теоретическое обоснование проблемы возникновения коммуникативных барьеров в деловом общении**

* 1. Основные характеристики делового общения**………………………………..** **3**

1.2 Специфика делового общения **…………………………………………………4**

1.3 Структура делового общения **…………………………………………………..7**

1.4 Виды коммуникативных барьеров в деловом общении**………………………** **9**

**Глава 2. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловом общении**

2.1 Межличностный конфликт как следствие коммуникативных барьеров и способы его преодоления **……………………………………………………………….11**

2.2 Обзор и характеристика методов

 преодоления барьеров в деловом общении **…………………………………….15**

2.3 Навыки и умения, необходимые для успешного делового общения **………17**

**Заключение ………………………………………………………………………..24**

**Литература ………………………………………………………………………...25**

**Введение**

Понятие коммуникации насчитывает достаточно много определений, каждая наука определяет коммуникацию по-своему в контексте своих постулатов. В более широком смысле, коммуникация - это обмен информацией между людьми. Без обмена информацией они не могут взаимодействовать, вместе работать, формулировать задачи и решать их. То есть, одно из определений коммуникации – это общение.

Данная работа рассматривает коммуникативные барьеры в контексте делового общения. Сужения поля исследования необходимо чтобы сделать его более полным, так как представить объект исследования (коммуникативные барьеры) полностью не позволит достаточно малый объём работы.

Выбор темы обусловлен близостью для автора, выражающейся в том, что автор непосредственно является субъектом делового общения в данное время в университете, а в будущем и на месте трудоустройства.

Актуальность данной работы объясняется самой природой рассматриваемого предмета. Коммуникативные барьеры не являются лишь однажды решаемой проблемой, они возникают всегда. Поэтому для успешного ведения дел и функционирования как субъекта производства нужно владеть всеми методами по их преодолению.

Объектом исследования являются коммуникативные барьеры, а предметом – способы их преодоления.

Цель данной работы – определить коммуникативные барьеры в деловом общении и описать способы их преодоления.

В задачи работы входит:

1. Уточнить содержание исследуемой проблемы в контексте делового общения.

2. Обосновать особенности барьеров коммуникации

3. Определить способы преодоления этих барьеров.

Структура работы включает традиционно две главы, а также введение и заключение. В первой даётся теоретическое обоснование причин возникновения коммуникативных барьеров, обусловленных природой делового общения, перечисляются их виды.

Вторая глава посвящена непосредственно методам преодоления барьеров и возникающего как следствие межличностного конфликта, а также описываются навыки и умения, необходимые для успешного делового общения в качестве предупреждения конфликта.

В конце помещён список использованной литературы.

Научным материалом работы являются труды российских и зарубежных исследователей, а также в большой мере преподавателей Кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ.

**Глава 1. Коммуникативные барьеры и особенности делового общения**

* 1. **Основные характеристики деловой коммуникации**

Все мы постоянно находимся в ситуациях общения. Огромное количество контактов, в которые ежедневно вступает человек, требует от него выполнения целого ряда условий и правил, позволяющих ему общаться, сохраняя личное достоинство и дистанцию по отношению к другим людям.

В наше время происходит постоянное расширение контактов на всех уровнях, что означает большую социальную мобильность.

Деловое общение - это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Специфической особенностью названного процесса является регламентированность, т. е. подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий.

Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета - разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых "формул", позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик. Очевидно, что в деловом общении важную роль играет правильная речь.

Правильная речь - это манера говорить, складывающаяся из верного тона, артикуляции, произношения, громкости и точного подбора слов. Речь - центральный элемент имиджа человека, поскольку воспринимается в совокупности с манерой одеваться, а в телефонном разговоре и вовсе является тем единственным каналом, через который можно внушить собеседнику представление о себе. Голос и используемые выражения - это ещё один компонент образа человека как профессионала.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество.

Служебные контакты должны строиться на партнерских началах, исходить из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Бесспорно, такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором процесса производства, бизнеса.

**1.2 Специфика делового общения**

Если исходить из такого понимания «деловой» ситуации, можно заметить, что она предполагает достаточно широкий круг ситуаций, как в профессиональном общении, так и повседневной жизни. Тем не менее, оно оказывается созвучным и современному пониманию делового общения. Под деловым общением обычно имеется в виду процесс речевого взаимодействия двух или нескольких лиц, «в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели. Это определение является достаточно широким, так как под него подпадают такие виды деятельности, как обучение (общность целей и достижение определенного результата), трудовые отношения (коллега/коллега), интервью, публичное выступление, экзамен, консультация и т.п. Все выше перечисленные ситуации могут характеризоваться в структурном и содержательном планах рядом признаков делового стиля. Более того, в последнее время в связи с развитием информационных технологий и расширением границ коммуникативного пространства, а также возрастающей роли бизнеса в общественной жизни любой страны, деловой стиль постоянно и охотно расширяет сферу своего функционирования.

Таким образом, коммуникация как совокупность речевых актов может быть направлена на решение конкретной проблемы или достижение необходимого результата, исходя из общих интересов и целей коммуникантов. Такого рода коммуникация составляет основу деловых отношений как в бизнесе, так и в повседневной жизни, и называется деловой.

Деловая коммуникация существует в двух формах: письменной (деловая корреспонденция и документация) и устной (деловая речь). Последняя является основой коммуникации в деловом общении (Соловьёв, 2010).

Однако деловая коммуникация может трактоваться и в более узком смысле - как деятельность, предполагающая достижение определенных интересов, целей в профессиональной сфере.

Деловое общение всегда целесообразно. А значит и использование языковых средств в деловой речи четко подчинено личностной позиции по определенной проблеме и достижению позитивного результата в решении конкретной проблемы.

Деловое общение, как в своей письменной (деловая корреспонденция и документация), так и устной (деловая речь) формах отличается высокой степенью конвенциональности, то есть жесткому следованию ряду общепринятых норм и правил, как речевого плана, и тогда мы говорим о речевом этикете, так и общеповеденческого (деловой этикет). Это обусловливает наличие постоянных формулировок, повторяющихся в одной и той же ситуации, например, при открытии совещаний, установления контактов на переговорном процессе и т.д., которые являются характерным признаком этого вида речевой деятельности.

Деловая коммуникация всегда возникает в определенном контексте и оказывается зависимой от него. Конкретная ситуация, в том числе и количество участников, характер поставленных целей, уровни взаимодействия с реципиентами, наделяет ее характерными особенностями, позволяющими выделить несколько форм ее проявления. К ним относятся: деловая беседа, деловое совещание, деловое публичное выступление, или презентация.

Целесообразное и незатрудненное применение языка в целях общения обеспечивают качество “хорошей” речи: точность, чистота, логичность, выразительность, богатство, уместность [12, с. 45].

Точность - соответствие смыслового содержания речи и информации, которая лежит в её основе. Точность речи связывается с точностью словоупотребления, с правильным использованием многозначных слов, синонимов, антонимов, омонимов. Важнейшее условие точности речи - это соблюдение лексических норм.

Речь является точной, если говорящий отбирает те слова и конструкции которые точнее других передают оттенки смысла, существенные именно для данного высказывания.

Чистота означает отсутствие в речи чуждых литературному языку элементов (диалектных, профессиональных, жаргонных и др.)

Логичность - это выражение в смысловых связях компонентов речи связей и отношений между частями компонентами мысли.

Выразительностью речи называется качество, возникающее в результате реализации заложенных в языке выразительных возможностей. Выразительность может создаваться языковыми единицами всех уровней. Кроме того, существуют специфические изобразительные свойства языка (тропы, стилистические фигуры), делающие высказывание ярким, образным, эмоциональным. Экспрессия создаёт также употреблением крылатых слов, пословиц и поговорок.

Богатство - это широкое и свободное использование языковых единиц в речи, позволяющие оптимально выразить информацию.

Уместность - это употребление в речи языковых единиц, соответствующих целям, ситуации, условиям, содержанию общения.

Наиболее распространенной и чаще всего применяемой формой деловой коммуникации является деловая беседа. Обычно под деловой беседой понимают межличностное речевое общение нескольких собеседников с целью разрешения определенных деловых проблем или установления деловых отношений. Одной из функций деловой беседы является поддержание деловых контактов и стимулирование деловой активности. Это предполагает формирование межличностных связей у партнеров.

**1.3 Структура делового общения**

К структуре общения можно подойти по-разному, в данном случае будет охарактеризована структура путем выделения в общении трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной [4].

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами (обмен действиями). Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Употребление этих терминов условно, иногда, в более-менее, аналогичном смысле употребляют и другие: в общении выделяют три функции - информационно-коммуникативная, регуляционно-коммуникативная, аффективно-коммуникативная.

Особой формой общения является общение по телефону.

Главные требования культуры общения по телефону - краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Телефон налагает на того, кто им пользуется, и ряд иных требований. Ваш собеседник не может оценить ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы и ее продолжительность; молчание; интонация, выражающая энтузиазм и согласие или обратные реакции. Много значит, как быстро человек снимает трубку - это позволяет судить о том насколько он занят, до какой степени заинтересован, чтобы ему позвонили. В политической, предпринимательской, коммерческой и иных сферах деятельности важную роль играют деловые беседы и переговоры. Изучением этики и психологии переговорных процессов занимаются не только отдельные исследователи, но и специальные центры, а методика ведения переговоров включается в программы подготовки специалистов различных профилей.

Деловые беседы и переговоры осуществляется в вербальной форме (англ. verbal - словесный, устный). Это требует от участников общения не только грамотности, но и следования этике речевого общения. Кроме того, важную роль играет, какими жестами, мимикой мы сопровождаем речь (невербальное общение). Особую важность знание невербальных аспектов общения приобретает при ведении переговорных процессов с иностранными партнерами, представляющими иные культуры и религии.

**1.4 Виды коммуникативных барьеров в деловом общении**

Под барьерами общения подразумевают те многочисленные факторы, которые служат причиной конфликтов или способствуют им. Ведь у партнеров по общению часто разные, в нередко и противоположные желания, стремления, установки, характеры, манеры общения, разное самочувствие.

Коммуникативными барьерами называют препятствия и помехи, нарушающие процесс передачи информации и снижающие его эффективность. Количество явлений, оказывающих негативное влияние на коммуникацию, огромно. По этой причине из целого барьерного «рифа» имеет смысл выбрать и кратко проанализировать наиболее заметные образования и их составляющие.

Личностные барьеры – процессы и явления, обусловленные индивидуальными характеристиками отправителя и получателя информации. Наиболее распространенными барьерами данного типа выступают: психологическая несовместимость индивидов из-за различий темперамента, характера, уровня образования, интересов, а также пола, возраста, профессионального и жизненного опыта; неумение слушать собеседника и/или оппонировать ему; негативное психическое состояние обоих или одного из собеседников.

Организационные барьеры – ситуации, отражающие недостатки и ошибки в управлении фирмой (громоздкость структуры, избыточность управленческих звеньев, неопределенность полномочий и ответственности, крайний централизм, демократизм или либерализм в управлении), а также негативное влияние факторов внешней среды (конкурентов, государства).

Культурные барьеры – факторы более широкого контекста, формирующиеся исторически и связанные с национальной самобытностью, традициями и нормами поведения в отдельных странах и регионах; их незнание или игнорирование (например, специфика организации быта, брака и семьи, религиозного культа, гостевой этикета) может осложнить коммуникацию, а в некоторых случаях и привести к разрыву деловых отношений.

Физические барьеры – помехи, создаваемые людьми, предметами или явлениями (например, шум, заглушающий речь, значительная дистанция или препятствия между участниками общения, стихийные бедствия или другие чрезвычайные ситуации).

Языковые барьеры – помехи лексико-грамматического характера (недостаточный словарный запас, неадекватность стиля речи, сокращения и аббревиатуры, речевые ошибки).

Семантические барьеры – нарушения коммуникаций, вызванные непониманием или недопониманием смысла информации вследствие использования профессиональных терминов, фразеологизмов, жаргонизмов, крылатых выражений, пословиц и поговорок.

Многих проблем лексического и семантического характера можно избежать, если руководствоваться принципом придерживайтесь простоты и краткости. Оговоримся, что в некоторых ситуациях краткость не будет сестрой таланта. Только развернутая, насыщенная профессиональной терминологией речь способна обеспечить успех.

Временные барьеры – искажения информации, возникающие из-за дефицита времени или кажущейся отправителю простоты вопроса, что приводит к ее частичному (фрагментарному) восприятию [7, c. 31- 32].

Иными разновидностями коммуникативных барьеров выступают информационные перегрузки персонала, а также сокрытие информации должностными лицами и нежелание информировать подчиненных.

**Глава 2. Способы преодоления коммуникативных барьеров в деловом общении**

**2.1 Межличностный конфликт как следствие коммуникационных барьеров и способы его преодоления**

Нередко коммуникативные барьеры становятся причиной конфликта. Конфликт – это столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями [8, c. 72].

Чтобы успешно преодолевать межличностные конфликты, следует вооружиться элементарными знаниями о сущности потребностей, характеров, установок. Чтобы разобраться, в чем же причина межличностных столкновений, придется коснуться такого сложного психологического понятия, как потребность. За любым поступком человека всегда кроются определенные цели, желания, а за конфликтом столкновение несовместимых желаний партнеров по общению, когда удовлетворение стремлений одной стороны грозит ущемлением интересов другой. Если препятствия к удовлетворению разнообразных желаний истоки, первопричина конфликтов, то «тяжелый характер», плохое самочувствие, настроение, незнание психологии человека и дефекты техники общения, их предрасполагающие и провоцирующие факторы, катализаторы. Именно они определяют, как скоро конфликт грянет и насколько он будет длительным и резким по форме.

Под потребностями подразумевают стремление к тем условиям, без которых невозможно поддерживать свое нормальное физическое и психическое состояние. Потребность - осознаваемое и переживаемое человеком состояние нужды в чем-либо. Осознанные потребности - это желания. Их человек может сформулировать, для реализации их он намечает план действий. Чем сильнее желание, тем энергичнее стремление преодолеть преграды на его пути. Препятствия на пути их удовлетворения становятся причиной межличностных столкновений, особенно, если сталкиваются важные потребности и желания.

Выделяют классификацию потребностей [4]:

1) первичные, витальные (врожденные, биологические) потребности: в пище, воде, сне-отдыхе, потребность в самозащите, родительские потребности, сексуальные потребности. Эти естественные потребности имеют общественно-личный характер, что находит свое выражение в том, что даже для удовлетворения узколичных потребностей (в пище) используются результаты общественного труда и применяются исторически сложившиеся в данной общественной среде способы и приемы, т. е. все потребности социальны по способу удовлетворения;

2) культурные, приобретенные потребности имеют общественный характер по природе своего происхождения, они формируются под влиянием воспитания в обществе. Среди культурных потребностей выделяют материальные и духовные потребности. К духовным относят потребность в общении, потребности в эмоциональном тепле, уважении, познавательные потребности, потребности в деятельности, эстетические потребности, потребность осознать смысл своей жизни.

Цель можно ставить перед собой, руководствуясь разными мотивами. Цель показывает, К чему стремится человек, а мотив - почему он к этому стремится.

Мотив имеет сложную внутреннюю структуру [10, с. 44]:

1) с возникновением потребности, нужды в чем-то, сопровождаемой эмоциональным беспокойством, неудовольствием начинается мотив;

2) осознание мотива ступенчато: вначале осознается, в чем причина эмоционального неудовольствия, что необходимо человеку для существования в данный момент, затем осознается объект, который отвечает данной потребности и может ее удовлетворить (формируется желание), позже осознается, каким образом, с помощью каких действий возможно достичь желаемого;

3) реализуется энергетический компонент мотива в реальных поступках.

Мотив может быть неосознанным, если осознание потребности не вполне соответствует подлинной нужде, вызывающей неудовлетворение, т. е. человек не знает подлинной причины своего поведения. К неосознанным мотивам относят: влечение, гипнотические внушения, установки, фрустрационные состояния.

Влечение - недостаточно отчетливо осознанная потребность, когда человеку не ясно, что влечет его, каковы его цели, что он хочет. Влечение - это этап формирования мотивов поведения человека. Неосознанность влечений преходящая, т. е. потребность, в них представленная, либо угасает, либо осознается.

Гипнотические внушения могут оставаться неосознанными длительное время, но они носят искусственный характер, сформированы «извне». А установки и фрустрации возникают естественным путем, оставаясь неосознанными, определяют поведение человека во многих ситуациях.

Прошлый опыт незаметно, неосознанно подготавливает человека реагировать именно так, а не иначе, т. е. сформировавшейся в человеке неосознанной готовностью к определенному поведению, готовностью положительно или отрицательно реагировать на те или иные события, факты. Установка проявляется привычными суждениями, представлениями, поступками. Однажды выработанная, она остается на более или менее длительное время. Скорость образования и затухания установок, их подвижность разная у разных людей. Установки как неосознанная готовность воспринимать окружающее под определенным углом зрения и реагировать определенным, заранее сформировавшимся образом, без полного объективного анализа конкретной ситуации, формируются как на основе личного прошлого опыта человека, так и под влиянием других людей.

Воспитание и самовоспитание личности во многом сводится к постепенному формированию готовности реагировать на что-либо должным образом, иными словами, К формированию установок, полезных для человека и для общества. Уже в раннем детстве родители сознательно и бессознательно формируют образцы поведения, установки, ребенок получает эталоны. И к тому возрасту, когда мы начинаем себя осознавать, мы находим у себя в психике массу закрепившихся чувств, мнений, взглядов, установок, которые оказывают влияние и на усвоение новой информации, и на отношение к окружающему. Эти часто неосознаваемые установки действуют с огромной силой на человека, заставляя воспринимать и реагировать на мир в духе установок, усвоенных с детства (Бодалев, 1982).

Установки могут быть отрицательными и положительными в зависимости от того, отрицательно или положительно готовы мы отнестись к тому или иному человеку, явлению. Такие отрицательные предвзятые закрепившиеся взгляды («все люди - эгоисты, все учителя - формалисты, все торговые работники - нечестные люди») могут упорно сопротивляться объективному пониманию поступков реальных людей. Восприятие одного и того же явления различными людьми может быть разным. Это зависит от их индивидуальных установок. Поэтому нет ничего удивительного в том, что не всякая фраза понимается одинаково. В беседе отрицательная установка может быть направлена на [2, с. 50]:

1) личность самого собеседника (если бы то же самое говорил кто-то другой, это бы воспринималось совсем иначе),

2) на суть беседы («не могу в это поверить», «так говорить недопустимо»),

3) на обстоятельства разговора («сейчас не время и здесь не место для подобных обсуждений»).

Если вы считаете, что, то или иное ваше предложение может быть незаслуженно отвергнуто партнером по общению, постарайтесь сформировать у него положительную установку до того, как он выскажет свое мнение. Для этого должны быть подготовлены и представлены убедительные факты, обоснования в пользу вашего предложения.

Фрустрационые состояния, возникающие в результате фрустраций могут вызывать существенные изменения в мотивации человека, побуждая его быть агрессивно-завистливым обвинителем всех и каждого (не осознавая этого и не понимая, почему он так реагирует), либо побуждая человека чувствовать себя во всем виноватым, никчемным, лишним, неполноценным («регрессивная фрустрация, самообвинение). Фрустрированность человека, степень выраженности его фрустрационного состояния выступает как мощный неосознанный фактор, побуждающий человека к. определенным устойчивым формам реагирования в разнообразных ситуациях. Фрустрированность может увеличиваться, если человек сталкивается с ситуациями, в которых возникают непреодолимые препятствия к достижению цели [2, с. 57]:

1) нехватка внешних средств или внутренних способностей для достижения цели;

2) потери и лишения, которые исправить невозможно (например, сгорел дом, умер любимый человек);

3) конфликты (внешние конфликты с какими-то людьми, которые не дают возможности человеку достичь желаемой цели, либо внутренние конфликты самого человека между разными желаниями, чувствами, моральными убеждениями не позволяют ему принять решение и достичь цели). Фрустрированность возрастает, накапливается, если человек не стремится овладеть методами самоуправления, саморегуляции, приемами восстановления эмоционального равновесия.

**2.2 Обзор и характеристика методов преодоления барьеров в коммуникации**

Исследователи указывают - поскольку конфликты часто порождают такое эмоциональное состояние, в котором трудно мыслить, делать выводы, подойти творчески к разрешению проблемы, то при разрешении конфликтной ситуации следует придерживайться следующих психологических правил [9]:

1. Помнить, что в конфликте у человека доминирует не разум, а эмоции, что ведет к аффекту, когда сознание просто отключается, и человек не отвечает за свои слова и поступки.

2. Придерживайться многоальтернативного подхода и, настаивая на своем предложении, не отвергать предложение партнера, задав себе вопрос: "Разве я никогда не ошибаюсь?" Постарайться взять оба предложения и посмотреть, какую сумму выгод и потерь они принесут в ближайшее время и потом.

3. Осознать значимость разрешения конфликта для себя, задав вопрос: "Что будет, если выход не будет найден?" Это позволит перенести центр тяжести с отношений на проблему.

4. В случае обоюдного раздражения и агрессии необходимо снизить внутреннее напряжение, "выпустить пар", избегать констатации отрицательных эмоциональных состояний партнера.

5. Ориентироваться на положительное, лучшее в человеке. Это обязывает и его быть лучше.

6. Предложить собеседнику встать на ваше место. Это снимает критический настрой и переключает собеседника с эмоций на осмысление ситуации.

7. Не преувеличивать свои заслуги и не демонстрировать знаки превосходства.

8. Не обвинять и не приписывать только партнеру ответственность за возникшую ситуацию.

9. Независимо от результатов разрешения противоречий стараться не разрушить отношения.

Конфликты приходится разрешать не только в деловой, но и в личностно-эмоциональной сфере. При их разрешении применяются другие методы, поскольку в них, как правило, трудно выделить объект разногласий, отсутствует столкновение интересов [8, c. 96].

1. Необходимо иметь в виду, что у таких людей есть некоторые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлыми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким образом. Например, сверхагрессивный человек своей агрессивностью пытается подавить малодушие и пугливость.

2. Следует взять под контроль свои эмоции и дать выход эмоциям этого человека, если намерены продолжать с ним общаться.

3. Не принимать на свой счет слова и поведение данного человека, зная, что для удовлетворения своих интересов трудный человек так ведет себя со всеми.

4. При выборе подходящего стиля действия в конфликтной ситуации вам следует учитывать, к какому типу людей он относится.

5. Если считаете необходимым продолжение общения с трудным человеком, вы должны настаивать на том, чтобы человек говорил правду, неважно - какую. Вы должны убедить его в том, что ваше отношение к нему будет определяться тем, насколько он правдив с вами и насколько последовательно он будет поступать в дальнейшем, а не тем, что он будет во всем с вами соглашаться.

Таким образом, в конфликтной ситуации или в общении с трудным человеком нужно попытаться увидеть в нем не только друга, но и лучшие качества, поскольку изменить ни систему его взглядов и ценностей, ни его психологические особенности и особенности его нервной системы нельзя, т.е. необходимо подобрать к нему "ключик", исходя из жизненного опыта и желания не осложнять ситуацию и не доводить человека до стресса.

Но прежде чем переходить к разрешению конфликта, стоит ответить на следующие вопросы:

\* хотите ли вы благоприятного исхода;

\* что нужно сделать, чтобы лучше владеть своими эмоциями;

\* как бы вы себя чувствовали на месте конфликтующих сторон;

\* нужен ли посредник для разрешения конфликта;

\* в какой атмосфере (ситуации) люди могли бы лучше открыться, найти общий язык и выработать решения.

**2.3 Навыки и умения, необходимые для успешного делового общения**

Успех переговоров в целом во многом зависит от результатов таких предварительных контактов. Заслуживают внимания шесть основных правил налаживания отношений между партнерами на предварительных переговорах и рекомендации по их реализации, предлагаемые американскими специалистами. Эти правила сохраняют свое значение и в ходе ведения переговоров [7, c. 69].

1. Рациональность. Необходимо вести себя сдержанно. Неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и способности принятия разумных решений.

2. Понимание. Невнимание к точке зрения партнера ограничивает возможности выработки взаимоприемлемых решений.

3. Общение. Если ваши партнеры не проявляют большой заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации. Это позволит сохранить и улучшить отношения.

4. Достоверность. Ложная информация ослабляет силу аргументации, а также неблагоприятно влияет на репутацию.

5. Избегайте менторского тона. Недопустимо поучать партнера. Основной метод - убеждение.

6. Принятие. Постарайтесь принять другую сторону и, будьте открыты для того, чтобы узнать нечто новое от партнера.

Наиболее оптимальными днями для переговоров являются вторник, среда, четверг. Самое благоприятное время дня - через полчаса - час после обеда, когда мысли о еде не отвлекают от решения деловых вопросов. Благоприятная среда для переговоров может быть создана, в зависимости от обстоятельств, в вашем офисе, представительстве партнера или на нейтральной территории (конференц-зал, приспособленные для переговоров номер гостиницы, зал ресторана и т.д.).

Успех переговоров во многом определяется умением задавать вопросы и получать исчерпывающие ответы на них. Вопросы служат для управления ходом переговоров и выяснения точки зрения оппонента. Правильная постановка вопросов способствует принятию нужного вам решения. Существуют следующие виды вопросов [3].

Информационные вопросы предназначены для сбора сведений, которые необходимы для составления представления о чем-либо.

Контрольные вопросы важно использовать во время любого разговора, чтобы выяснить, всё ли понимает партнер. Примеры контрольных вопросов: "Что вы об этом думаете?", "Считаете ли вы так же, как и я?".

Направляющие вопросы необходимы тогда, когда нельзя позволить собеседнику навязать нежелательное направление беседы. С помощью таких вопросов можно взять в свои руки управление ходом переговоров и направить их в необходимое русло.

Провокационные вопросы позволяют установить, чего в действительности хочет партнер и верно ли он понимает положение дел. Провоцировать - значит бросать вызов, подстрекать. Эти вопросы можно начинать так: "Вы уверены, что сможете ...?", "Вы действительно считаете, что...?"

Альтернативные вопросы представляют собеседнику возможность выбора. Число вариантов, однако, не должно превышать трех. Такие вопросы предполагают быстрый ответ. При этом слово "или" чаще всего является основным компонентом вопроса: "Какой срок обсуждения подходит вам больше всего - понедельник, среда или четверг?".

Подтверждающие вопросы задают, чтобы выйти на взаимопонимание. Если ваш партнер пять раз согласился с вами, то на решающий шестой вопрос он также даст положительный ответ. Примеры: "Вы придерживаетесь того же мнения, что ...?", "Наверняка вы рады тому, что...?"

Встречные вопросы направлены на постепенное сужение разговора и подводят партнера по переговорам к окончательному решению. Считается невежливым отвечать вопросом на вопрос, однако встречный вопрос является искусным психологическим приемом, правильное использование которого может дать значительные преимущества.

Ознакомительные вопросы предназначены для выявления мнения собеседника по рассматриваемому вопросу. Это открытые вопросы, требующие развернутого ответа. Например: "На какой эффект вы рассчитываете при принятии этого решения?".

Вопросы для ориентации задаются, чтобы установить, продолжает ли партнер придерживаться высказанного ранее мнения. Например: "Каково ваше мнение по этому пункту?", "К каким выводам вы при этом пришли?".

Однополюсные вопросы - подразумевают повторение собеседником вашего вопроса в знак того, что он понял, о чем идет речь. При этом можно убедиться, что вопрос понят правильно, а отвечающий получает время для обдумывания ответа.

Вопросы, открывающие переговоры, весьма важны для эффективного и заинтересованного обсуждения. У партнеров по переговорам сразу же возникает состояние положительного ожидания. Например: "Если я предложу вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему ..., ничем, при этом, не рискуя, заинтересует вас это?".

Заключающие вопросы направлены на скорейшее положительное завершение переговоров. При этом лучше всего сначала задать один-два подтверждающих вопроса, сопроводив их непременно дружеской улыбкой: "Смог ли я убедить вас в выгоде этого предложения?", "Убедились ли вы, насколько просто все решается?". А затем без дополнительного перехода можно задать вопрос, заключающий переговоры: "Какое время реализации этого предложения вас больше устраивает - май или июнь?"

 Успешное ведение деловых бесед и переговоров во многом зависит от соблюдения партнерами таких этических норм и принципов, как точность, честность, корректность и такт, умение выслушать (внимание к чужому мнению), конкретность [13, c. 42].

Точность. Одна из важнейших этических норм, присущих деловому человеку. Срок договоренности необходимо соблюдать с точностью до минуты. Любое опоздание свидетельствует о вашей ненадежности в делах.

Честность. Включает не только верность принятым обязательствам, но и открытость в общении с партнером, прямые деловые ответы на его вопросы.

Корректность и такт. Не исключает настойчивости и энергичности в ведении переговоров при соблюдении корректности. Следует избегать факторов, мешающих ходу беседы: раздражения, взаимных выпадов, некорректных высказываний и т.д.

Умение выслушать. Внимательно и сосредоточенно слушайте. Не перебивайте говорящего.

Конкретность. Беседа должна быть конкретной, а не отвлеченной, и включать факты, цифровые данные и необходимые подробности. Понятия и категории должны быть согласованы и понятны партнерам. Речь должна подкрепляться схемами и документами.

И последнее, негативный исход деловой беседы или переговоров не является основанием для резкости или холодности при завершении переговорного процесса. Прощание должно быть таким, чтобы в расчете на будущее позволило сохранить контакт

Итак, чтобы беседа была результативной независимо от того, с кем вы разговариваете необходимо: во-первых понравиться собеседнику, для этого установлены основные правила которые способствуют достижению данной цели [9]:

* Искренне интересуйтесь другими людьми.
* Улыбнитесь.
* Помните, что имя человека – это самый сладостный для него звук на любом языке.
* Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других говорить о самих себе.
* Говорите о том, что интересует вашего собеседника.
* Внушайте собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне.

Во-вторых – уметь управлять процессом общения, воздействуя на людей не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды. Для этого существуют свои правила, соблюдение которых позволяет воздействовать на людей, не оскорбляя их и не вызывая у них чувства обиды [9]:

* Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.
* Указывайте на ошибки других не прямо, а косвенно.
* Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.
* Задавайте собеседнику вопросы вместо того, чтобы ему что-то приказывать.
* Давайте людям возможность спасти свой престиж.
* Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте их успех. Будьте чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу.
* Создавайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.
* Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, на что вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.
* Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать, то что вы предлагаете.

В-третьих, выбрав цель беседы, старайтесь склонить людей к вашей точке зрения мягко без давления и не навязывая вою идеологию. Если человек считает вашу точку зрения – своей, он стремиться к достижению вашей цели – как к своей. Для этого надо знать, что:

* единственный способ одержать верх в споре – это уклониться от него;
* проявляйте уважение к мнению вашего собеседника. Никогда не говорите человеку, что он не прав;
* если вы не правы, признайте это быстро и решительно;
* с самого начала придерживайтесь дружелюбного тона;
* заставьте собеседника сразу же ответить вам «да»;
* пусть большую часть времени говорит ваш собеседник;
* пусть ваш собеседник считает, что данная мысль принадлежит ему;
* искренне старайтесь смотреть на вещи с точки зрения вашего собеседника;
* относитесь сочувственно к мыслям и желаниям других;
* взывайте к более благородным мотивам;
* драматизируйте свои идеи, подавайте их эффектно;
* бросайте вызов, задевайте за живое;

Можно ко всему добавить еще и то, что следует попытаться как можно больше узнать о своем собеседнике, чтобы успешно дискутировать.

В заключение, скажем о косвенном общении, которое не предполагает прямого контакта, а опосредовано техническими средствами (с помощью электронной почты, по телефону, факсу и др). Для примера приведём рекомендации к общению по телефону. Американский психолог Джен Ягер выделяет такие наиболее важные принципы этики общения[9]:

1. Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и узнать, по какому вопросу вы звоните. Назовите себя и кратко изложите причину звонка.

2. Нарушением норм делового этикета считается выдавать себя за личного друга того, кому вы звоните, только для того, чтобы вас скорее с ним соединили.

3. Грубейшее нарушение - не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.

4. Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.

5. Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такое время, когда можно быть уверенным, что у вашего собеседника достаточно времени на беседу.

6. Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.

7. Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорить со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника, по какому номеру перезвонить и кого позвать.

Таковы необходимые навыки успешного делового общения. Они не являются чем-то новым или неизвестным, потому что построены на общечеловеческих принципах – уважении, внимании, эмпатии и т.п. и входят в обязательные требования этикета не только делового, но и повседневного. Но нельзя не заметить, что нередко ими пренебрегают, что и является причиной возникновения конфликта.

**Заключение**

В предложенной работе рассматривался объект коммуникативных барьеров в деловом общении. Приведены способы решения возникающих конфликтов и преодоления коммуникационных барьеров, обоснованы их особенности. Также даны психологические рекомендации для успешного делового общения.

Деловое общение налагает на его участников ответственность за реализацию его целей. Для успешного производства необходима как можно более лёгкая и быстрая коммуникация. Одним из её помех являются барьеры, которые обусловлены различными факторами, такими как индивидуальные характеристики субъектов, организационные ошибки, язык, семантика, физические помехи.

В результате барьеров возникает межличностный конфликт, требующий безболезненного разрешения для продолжения начатой деятельности. Для этого субъектам понадобятся выше описанные знания и умения повседневного общения, психологических приёмов и методов успешного ведения беседы, а также в достаточной мере теоретическое представление о возникшем барьере.

Самое главное правило успеха при преодолении коммуникативных барьеров – не забывать об общечеловеческих моральных и поведенческих ценностях, или, если говорить простым языком, представлять себя на месте коллеги.

Кроме знаний наук об информации и коммуникации, данное исследование потребовало и знаний психологии, что обусловлено его спецификой – точкой зрения делового общения. Это позволило более полно рассмотреть объект изучения.

**Литература**

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, Ваклер, 2001.
2. Адоир Дж. Эффективная коммуникация. – М.: Эксмо, 2003.
3. Соловьёв А.И. Коммуникации в организациях. [Электронный ресурс] – Мн., 2010.
4. Соловьёв А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности. [Электронный ресурс] – Мн., 2009. – Режим доступа: http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com\_remository&Itemid=108&func=startdown&id=203
5. Сидорская И.В. Введение в теорию информации и коммуникации. [Электронный ресурс] – Мн., 2000. – Режим доступа: http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com\_remository&Itemid=108&func=startdown&id=736
6. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. [Электронный ресурс] – М., 1982. – Режим доступа: http://www.koob.ru/bodalev/perception\_and\_understanding
7. Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001.
8. Каган М.С. Мир общения. - М.: Политиздат, 1988.
9. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://lib.ru/KARNEGY/karnegi1.txt
10. Карнеги Д. Вырабатывать уверенность и влиять на людей, выступая публично. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://lib.ru/KARNEGY/karnegi2.txt
11. Мескен М.Н., Альберт М., Хедоури Р. Основы менеджмента. - Пер. с англ. - М.: “Дело”, 1993.
12. Мэндел С. Навыки эффективной презентации. - Пер. с англ. Л. Ордановской; под науч. ред. В. А. Спивакова. - СПб.: Нева, 2003.
13. Питерс Т., Уотерман Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): пер с англ. – М.: Экономика, 1986.