

А. Гончар

СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ БАРЬЕРОВ

Совокупность внешних и внутренних причин и явлений, мешающих эффективной коммуникации или полностью блокирующих её, называются *коммуникативными барьерами*. Они могут возникать на уровне организационных и межличностных коммуникаций. К межличностным относятся барьеры восприятия, невербальные преграды, плохая обратная связь, неумение слушать и многие другие. Профессионалам, работающим в сфере гостиничного бизнеса, да и всем, кто вступает в деловой контакт, важно знать способы их преодоления, ведь все хотят, чтобы их правильно понимали, слушали и слышали.

Историк, антрополог и психолог Б. Ф. Поршнев подошел к решению проблемы, отталкиваясь от понимания того, что речь была и есть способ внушения, и выделил ряд видов *контрсуггестии*: преодоление избегания; привлечение и поддержание внимания; управление вниманием в общении; использование феномена авторитета, а также преодоление фонетических, семантических, стилистических и логических барьеров.

Так, многочисленные ошибки в коммуникации связаны именно с недооценкой разности словарного запаса коммуникантов. Яркие подтверждения его идей можно найти в диалоге из сериала «Отель Элеон».

– *Всем добрый день. Сегодня у нас необычный тренинг: «Day of self-management».* – *А можно попроще? Для тех, кто немецкий учил.* – *Это день, когда рядовые сотрудники меняются местами с их непосредственными начальниками.* – *День самоуправления что ли? У нас в школе такое было. Я тогда химиком стал, продал семь пятёрков за день и все колбы.* – *Да, приблизительно так.*

Семантический барьер возник вследствие несовпадения тезаурусов говорящих. Отметим также, что преодоление этого барьера часто требует более полного представления о статусе партнера. Собеседники постоянно учитывают статус партнера, хотя и делают это произвольно.

Другой диалог отражает ситуацию привлечения внимания:

– *Извините, уже ухожу.* – *Уже? Нет, почему же, оставайтесь.* – *Прошу прощения, я должен идти работать, я предпочитаю практику, а не теорию.* – *Судя по тому, что раньше вы работали управляющим, а сейчас занимаете должность ниже, подтянуть теорию вам бы не мешало. Я ознакомился с вашим делом. Михаил Джекочич, здравствуйте! – Доброе утро.*

Внимание может привлекаться внешними факторами: новизной (неожиданностью), интенсивностью и физическими характеристиками сигнала. В данном случае внимание собеседника привлечено внутренними факторами: сказанное изменить его намерение в данный момент уйти, заинтересовало его, т.к. была упомянута его значимость и важность.