

иногда доводы в пользу какого-либо положения, политики не прямолинейно воздействуют на слушателей и их сознание, а просто размышляют вслух, пытаются — от противоположного — убедить адресатов в том, что совершенно противоположно первоначальному тезису. В этом процессе огромное значение придается внутренним импульсам политика, его умению воздействовать на публику с помощью различных психологических приемов.

Те или иные ожидания реципиентов от выступлений политиков сказываются на принятии или отклонении предлагаемых им положений, тезисов, позиций. Используемые политическими лидерами коммуникативные стратегии могут привести к уменьшению эффективности внушения (в случае полного отрицания реципиентом предлагаемой ему точки зрения) или сильному ее росту (при полном совпадении ожиданий адресата и высказываемой политиком позиции).

Поскольку в процессе убеждения политик пытается оказать влияние на мысли и (или) поведение реципиентов, то он непременно прибегает к комбинации формально-логических аргументов и эмоциональных приемов. В ходе убеждения политический лидер использует известные ему средства для мотивирования, для эмоционального вовлечения в процесс коммуникации и вдохновения своих слушателей на те или иные последующие действия.

Наше исследование показало, что с целью убеждения политиками чаще всего используются следующие стратегии: стратегия самопрезентации, стратегия аргументации, информационно-интерпретационная стратегия, агитационная стратегия, стратегия анонимности, стратегия театральности, различные манипулятивные стратегии. Среди основных тактик нами выделены следующие: тактика создания круга «своих», самооправдание, тактика анализ-«плюс», тактика безличного обвинения, тактика обличения, отождествление, солидаризация, призыв, акцентирование положительной информации, признание существования проблем, рассмотрение проблемы под новым углом зрения, указание на перспективу, а также некоторые конфликтные тактики (неодобрение, скрытое обвинение).

Нами выявлены также случаи комбинированного использования политиками речевых стратегий и тактик с целью более эффективного достижения коммуникативных целей. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшей разработки проблематики политического дискурса и более углубленного анализа политической коммуникации.

*И. В. Радина, старший преподаватель
irina_radina@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

На современном этапе бизнес-коммуникации являются неотъемлемой составляющей профессиональной деятельности специалистов любой сферы, что обуславливает необходимость наличия исчерпывающих знаний в области деловых коммуникаций для успешного установления контактов, эффективного ведения переговоров и достижения поставленных целей. Однако в процессе делового общения часто возникают *коммуникативные барьеры*, которые не только затрудняют процесс коммуникации, но и приводят к искажению информации, препятствуют успешному решению поставленных задач. Рассмотрим более подробно *разновидности барьеров коммуникации* [1], с целью их учета в деловом общении и нивелирования негативного влияния.

Физические барьеры связаны с внешней средой, в которой осуществляется деловая коммуникация. Внешняя физическая среда может способствовать эффективной комму-

никации, а может и создавать дискомфортные условия передачи и восприятия информации (шум в помещении, громкий разговор коллег, музыка, звуки транспорта и т.д.). Данные факторы влияют на психофизиологические характеристики участников деловой коммуникации, мешая им адекватно воспринимать информацию и затрудняя решение поставленных задач. Таким образом, рекомендуется предпринимать попытки к минимизации физических барьеров на этапе подготовки делового общения с целью недопущения срыва переговоров или недостижения запланированных результатов общения.

Психологические барьеры связаны с главным элементом коммуникации — общающимися людьми, понимание между которыми достигается далеко не всегда. Препятствием коммуникации является психологический феномен восприятия говорящего. В реальной практике деловой коммуникации люди зачастую не отделяют личность коммуниканта от того, что он сообщает. Поэтому фактор симпатии и доверия к партнеру по общению имеет большое значение для результативности деловой коммуникации. Если партнер по общению не вызывает доверия или же просто неприятен, то отношение к нему переносится и на сообщаемую информацию. Отсюда можно сделать вывод, что потенциальным участникам деловой коммуникации следует работать над всеми аспектами своего имиджа — начиная с профессиональной репутации и заканчивая внешностью.

Эмоциональные барьеры связаны с реакциями коммуникантов на воздействие внутренних и внешних раздражителей. Эти барьеры формируются на основе устойчивых отрицательных эмоций. Партнер по деловой коммуникации в состоянии гнева не способен адекватно воспринимать информацию, а испытывая чувство страха или же презрения, он вряд ли будет способен объективно оценивать общение. Следовательно, в процессе осуществления деловой коммуникации рекомендуется придерживаться нейтрального стиля поведения и внимательно следить за эмоциональным состоянием партнеров по общению с целью своевременного регулирования конфликтных ситуаций и предотвращения коммуникативных неудач.

Очевидно, что избежать перечисленные выше барьеры деловой коммуникации невозможно, и это, безусловно, затрудняет успешность взаимодействия специалистов разных сфер деятельности, однако учет рассмотренных барьеров делового общения, позволит минимизировать негативное влияние коммуникативных барьеров и вывести общение на новый, более эффективный уровень.

Источник

1. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / А. Я. Большунов [и др.] ; под ред. Л. И. Чернышовой. — М. : Финансовый университет : Департамент социологии, 2018. — 338 с.

О. В. Рыжанкова, канд. экон. наук, доцент
gorovenko@inbox.ru
БГЭУ (Минск)

КУЛЬТУРА И МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС: ПАРАЛЛЕЛИ ИЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ?

Факторы, с помощью которых возможны социальные, экономические и экологические достижения преимуществ, одновременно зачастую далеки от взаимодействия настолько, что проявляют себя отстраненно и практически не пересекаются, т.е. существуют параллельно. Между тем именно комбинирование производственных ресурсов становится потенциалом ведения бизнеса в контексте диверсификации, которая все более способствует развитию разновеликих, даже и крупных международных сфер бизнес-деятельности.