

Проблема коммуникации в конфликтных ситуациях

Значительные потери и искажения информации, всегда существующие в процессе взаимодействия, - одна из типичных причин возникновения конфликтов между людьми. Важность рассмотрения искажения информации вызвана тем, что оно более легко устранимо, чем другие факторы, вызывающие конфликт.

Потенциальной причиной конфликтов выступают потери и искажения информации не только при общении оппонентов, но и при восприятии людьми окружающего мира.

Информацией называются те сведения, которые передаются от их источника к приемнику и каким-либо образом фиксируются последним.

Человек достаточно избирательно воспринимает многообразную информацию об окружающем. Роль мощного фильтра, отсеивающего незначимую информацию и детализирующего субъективно важные сведения, играют ценности, мотивы и цели.

Они, в свою очередь, зависят от мировоззрения человека, его образованности, профессионализма, нравственности, культуры, жизненного опыта.

Развитая коммуникабельность является важным профессиональным качеством специалиста социальной работы при разрешении конфликтных ситуаций.

Коммуникабельность - способность людей устанавливать деловые контакты, связи, отношения.

Убеждение - это процесс, посредством которого взгляды и поведение человека без принуждения подвергаются вербальному (словесному) воздействию других людей. Убеждение является важнейшим элементом практически любого взаимодействия. Это касается семейно-бытовых, деловых и других взаимоотношений.

Убеждение представляет собой воздействие на собеседника с целью изменить его отношение к чему-либо. Важно, чтобы это изменение отношения изменило и поступки человека. Существенно повысить эффективность убеждающего воздействия в конфликтных ситуациях поможет выполнение следующих рекомендаций.

Сформируйте положительное отношение к собеседнику. Вспомним ситуацию, когда практически было невозможно убедить своего собеседника (родителя, друга, начальника или подчиненного) в чем-то. Эффективность убеждения определяется не столько логикой и мощностью аргументов, сколько положительным настроением по отношению к собеседнику.

Подключите все свое личное обаяние. Если вы обладаете обаянием, вам говорят "да", даже когда вы еще ничего не попросили. Нужно уметь так себя вести, чтобы собеседнику просто невозможно было сказать вам "нет".

Обаяние - это способность, как и другие психические свойства, вырабатываемая при жизни, которая формируется в процессе социализации человека, т. е. обаяние как личностное качество может развиваться.

Обаятельным людям свойственны:

а) неординарность. Она обычно проявляется во внешности, поведенческой активности и конкретных эмоциональных реакциях, обаятельные люди открыты и доброжелательны;

б) остроумие. Проявление чувства юмора, оригинальные и вполне уместные реплики, сравнения, аналогии, шутки способны вызвать у окружающих эмоционально-чувственное раскрепощение, снять накопившуюся эмоциональную напряженность и создать особую доверительную обстановку;

в) выразительность. Обаятельные люди умеют искусно вдохновлять окружающих и делают это легко, непринужденно, выразительно. У них много ярких, живых эмоций, которые, собственно, и вдохновляют окружающих;

г) внимательность. Без искреннего внимания к окружающим невозможно быть действительно обаятельным человеком;

д) высокоразвитая коммуникативная культура. Она проявляется в таких коммуникативных способностях, как способность слушать и слышать собеседника; смотреть и видеть его настрой; способность критиковать партнера; профессионально задавать вопросы; способность эффектно отвечать на вопросы и др.

3. Желая убедить своего собеседника, готовьтесь к этому заранее. В случае выполнения этой рекомендации можно получить довольно ощутимые психологические преимущества. Вот некоторые из них: удастся мысленно спрогнозировать диалог с партнером, смоделировать его, предвосхитить возможные возражения оппонента и, естественно, заранее подготовить ответы; сформируется чувство уверенности в себе и в том, что будет говориться; удастся построить четкую логику рассуждений, выстроить убедительную систему аргументации; избежать возможного попадания в цейтнот; сформируется впечатление о вас как о человеке внутренне организованном, умеющем ценить свое и чужое время.

4. Убеждая партнера, стремитесь быть максимально искренним и правдивым. Еще раз подчеркнем: надо не казаться искренним, а быть искренним и правдивым.

5. Выстраивая систему аргументации, опирайтесь на известные, проверенные факты. Как показывает практика, убеждают более всего не рассуждения общего характера, а конкретика - то, что реально существует и что при необходимости можно проверить.

6. Будьте доброжелательны и оптимистичны. Это поможет создать так необходимую для убеждения обстановку доверительности. А это, в свою очередь, вызывая положительные эмоции, будет способствовать созданию положительной психологической установки, ведущей к взаимопониманию.

7. Не забывайте о роли приема "эффект края" в повышении убедительности. Суть этого приема состоит в том, чтобы нужную информацию, сильные аргументы приводить в начале и в конце диалога. Экспериментально установлено, что именно тогда информация воспринимается и запоминается лучше всего.

8. Вовлекайте собеседника в обсуждение конкретных проблем. С помощью своевременно заданных вопросов ("А что вы думаете по этому поводу?", "Как вы прокомментируете это положение?" и др.) можно значительно повысить убедительность своих доводов. Исследователями замечен удивительный эффект: отвечающий невольно начинает становиться на позицию спрашивающего.

9. Старайтесь советоваться, а не советовать. Это в значительной степени способствует созданию обстановки доверительности и расположения, сближению точек зрения.

Успех убеждения в коммуникации зависит и от умения эффективно владеть логикой, психологией и речью. При этом необходимо находить такую форму выражения, которая позволила бы сделать речь убедительной именно для того, кого убеждаешь. Известно, что Сократ произнес прекрасную речь в свою защиту, но не убедил в своей невинности афинских матросов и торговцев, и они приговорили его к смерти.

Понятие речевых тактик введено Ван Дейком, который разработал их при изучении диалогов этнических меньшинств. Речевая тактика означает особый ход в построении речи при выражении различных эмоциональных состояний и достижении поставленной цели.

Например, предубеждение может выражаться с помощью почти тридцати различных ходов, в числе которых: "предположение", "смягчение", "утрирование", "сдвиг", "взваливание вины на другого", "повтор", "приведение примера" и др.

"Обобщение", по мнению Ван Дейка, используется для того, чтобы показать, что приведенная негативная информация не случайна и не исключительна, таким образом подкрепляя возможное мнение собеседника. Типовые выражения этого хода: "И так всегда"; "С этим сталкиваешься на каждом шагу"; "Это без конца повторяется".

"Приведение примера" - ход, показывающий, что общее мнение основано на конкретных фактах (опыте). Типовые выражения: "Вот пример..."; "Например, на прошлой неделе..."; "Возьмите нашего соседа. Он...".

"Усиление" направлено на достижение лучшего или более эффективного контроля за вниманием слушающего ("привлечение внимания"), улучшение структурной организации негативной информации, подчеркивание субъективной макроинформации. Типовые выражения: "Это ужасно, что...", "Это позор, что...".

"Уступка" дает возможность для условного обобщения даже в случае противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие, т. е. составляющие части стратегии положительной самопрезентации.

Типичные выражения: "Среди них попадаются и хорошие люди"; "Не стоит обобщать, но..."; "Европейцы тоже могут так поступать..." (последнее выражение является также ходом "сравнение").

"Сдвиг" - ход стратегии положительной самопрезентации. Типичный пример: "Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются".

"Контраст" - ход, имеющий несколько функций. Во-первых, риторическую - привлечение внимания к участникам взаимоотношений (структурирование информации). Во-вторых, семантическую - подчеркивание положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств (часто путем противопоставления "мы - они") во всех ситуациях, где прослеживается конфликт интересов.

Типичный пример: "Нам приходилось долгие годы трудиться, а они получают пособие и ничего не делают"; "Нам пришлось долгие годы ждать новой квартиры, а они получают квартиру сразу же, как только приедут".

Таким образом, основной путь воздействия на конфликтующих - убеждение. Долг арбитра убедить противоборствующие стороны, что конфликт вредит всем его участникам и коллективу в целом. После чего следует раскрыть подлинный объект конфликта и указать путь его разрешения на принципиальной основе. Одновременно ведется индивидуальная работа с обоими противоборствующими лицами или группировками. В крайнем случае создается ситуация всеобщего возмущения поведением одной или обеих конфликтующих сторон.