

Содержание:

Введение

Барьеры коммуникации - барьера , вызванные натуральными по природе, социальными и психическими причинами , происходящими в процессе коммуникации. В современном мире в критериях людского равноправного сотрудничества , в различных сферах деятельности появляются трудные обстоятельства, либо коммуникативные препятствия . Коммуникативные барьеры имеют все шансы являться фактором появления конфликтов в разговоре меж деловыми компаньонами . В базе всякого спора покоятся такие барьеры, которые включают путанные и нечеткие взгляда положения деловых друзей по работе по разным предложениям , а еще расхождение в заинтересованности потребностей . Чтобы разрешить спор необходимо одержать вершину достижения эти препятствия . Преодоление барьеров- это дорогу к продуктивному общению, установлению взаимоотношений меж индивидуальными личностями . Чтобы верно осилить коммуникативные барьеры и не допустить появления барьеров, эксперт в района PR обязан обладать познаниями и навыками в общении, обладать способами коммуникации и методами одоления барьеров.

Я выбрала тему курсовой трудовые нагрузки «Барьеры коммуникации», потому что в желаниях мечталось подробнее выяснить с какими тяжелыми обстоятельствами можно встретиться в процессе коммуникации. Цель курсовой работы- экспертный анализ как коммуникативных препятствий , так и межличностных. А еще обнаружение вероятных видов барьеров коммуникации в деятельности PR - специалистов и иных специалистов различных квалифицированных квалификаций .
Задачи курсовой работы: • Раскрыть понятие препятствия ; • Раскрыть представления о барьерах крупномасштабной коммуникации; • Раскрыть представления о барьерах межличностной коммуникации;

- Рассмотреть различные пути преодоления коммуникативных барьеров;
 - Выяснить особенности профессиональной деятельности специалиста в области PR;
 - Проанализировать вышеизложенное;
 - Провести практическое исследование у специалистов в области PR и других сотрудников разных профессий на примере ООО PR-Агентство «

Бабич и Партнеры», а также специалистов других сфер деятельности, а именно это врачи, менеджеры и т.д.;

- Предоставить сравнительную характеристику.

При написании курсовой работы, я использовала научную, учебную литературу.

Основными источниками информации послужили учебники для организации деятельности PR, авторами которых являются:

Блэк С. «Введение в публик рилейшнз»; Бороздина Г.В. «Психология делового общения»; Курбатов В.И. «Стратегия делового успеха». Также я использовала журнал «Вопросы психологии №1», автором является Шакуров Р.Х. Для правильного обозначения многих терминов, я использовала словарь «Основы теории коммуникации».

Для практического исследования я пользовалась книгой Горшкового М.К., Шерега Р.Р. « Как провести социологическое исследование».

Глава 1. Барьеры: понятия, классификация

1.1 Понятие барьера

Из чего формируется наша жизнь? Она состоит из процесса преодоления непрерывной цепи барьеров - физических, духовных, социальных, ценностных, информационных и т.д.- в целях удовлетворения наших потребностей. Их существует множество и понятие каждого из них соответственно разное. Первым глубоко осознал большой потенциал понятия «барьер» З. Фрейд - основатель самого сильного и значимого барьера психологической науке. В России одним из первых творческую роль барьеров вскрыли ученые в области научного творчества. Оказалось, что каждому открытию предшествует появление специфического познавательного барьера. Это явление обнаружил Б.М. Кедров и назвал «барьером». Открытие совершается как процесс его преодоления. Теперь наука не может обойтись без термина «барьер».

Так что же такое барьер? Обычно барьеры в житейском понимании как нечто не желаемое, то что создает помеху. В нашем же понимании барьер - это универсальный и постоянный атрибут жизни, ее обязательный и необходимый

спутник.

Барьеры существуют везде, где взаимодействуют какие-то силы, движения независимые от их природы. Трудно переоценить роль барьеров в нашей жизни. Они стабилизируют и регулируют жизнедеятельность народов и государств, облекаясь в форму различных запретов, норм, законов, обычаев, традиций и т.д. Без них общество не могло бы существовать.

Барьер как элемент системы

Барьеры каждый день практически являются составляющей некий системные конструкции . Любая целостная конструктивный порядок , состоящая из составляющих , должна обязательно собственному происхождению препятствиям , препятствующим её распаду. Без препятствий не может находиться в реальности ни одно вещество, без их не было бы Вселенной, реальных людских особей, стран . Под их воздействием появляются и функционально действуют системы различных модальностей. И граждан не стал быть одичавшим , когда обрел моральный барьер - совесть, образующую церковный стержень цивилизованного общества. Барьер - это определенное отношение составляющих , оказывающее влияние на систему. Специфика влияния заключается в торможении, сопротивлении, сравнении отпора , перекрытии , лишении и тд. Понятие «барьер» можно трактовать как соотношение меж элементами системы, которое ограничивает свободу каждого из них.

По отношению к другим элемента барьер выполняет следующие основные функции:

- стабилизация: барьер прекращает движение;
- коррекция: столкнувшись с проблемой, движение меняет траекторию
- энергетизация: энергия движения накапливается под влиянием барьера;
- дозировка: барьеры дозируют движения;
- торможение: барьер замедляет движение;
- лишение: барьер ослабляет функциональные возможности.

Роль барьера в жизни природы столь велика, как и в жизни общества и отдельной личности.

Барьеры в жизни личности

По отношению к человеку в роли барьеров выступают самые разные факторы: закрытая дверь, ступеньки лестницы, которые надо одолеть, нехватка нужной информации, недостаток самообладания, усталость, пространство и время, и т.д.

Барьер-это психический необыкновенный парадокс , в каком отражены характеристики предмета ограничивать проявления актуальной функциональности гражданина , мешать ублажению его потребностей. Барьер - субъективно-объективная категория. То, что является неодолимой преградой для слабенького , не является таковой для мощного . Существуют наружные и внутренние препятствия . Так, поднимая увесистый вес, человек испытывает внутреннюю тяжесть . Внешние барьеры напрямую связаны с внутренними. Такие барьеры сопровождаются эмоциональными переживаниями, огорчением, раздражением и т.д.

Барьеры в деятельности

Важную роль образ в органе конструкции деятельности играют препятствия . Именно барьеры предоставляют всплеск стимула к движению деятельности, обуславливают изменение и замену её фаз. Итак, разглядим 4 фазы конструкции деятельности. 1 фаза – ориентировочная Под влиянием воздействием ценностно-информационных препятствий развиваются ценностные связи, умение ориентироваться в по новизне свежих обстановках , осуществить с реализацией выбор целевых мишеней с учетом наружных и внутренних критерий . 2 фаза - программирование В свойстве помехи выступает структурно-информационный барьер. Эта фаза учит намереваться постановку и решительное заявление проектировочных задач в деятельности. 3 фаза - воплощение с реализацией программы В свойстве помехи выступает предметно-преобразовательный барьер. Под влиянием воздействием препятствия развивается промысловое умение с исполнением воплощения . Фаза продиктована препятствием рассогласования. Фаза прививает способности самоконтроля. Достигнутое теряет свое очарование, что стимулирует выработку новых, больших целей. Отсюда- полицикличность деятельности.

1.2 Барьеры межличностной коммуникации

Среди барьеров межличностной коммуникации выделяют:

барьер отрицательных эмоций, плохого настроения, восприятия речи, установок, первого мнения, а также барьер взаимопонимания. Рассмотрим подробнее каждый вид межличностных коммуникативных барьеров.

1) Барьер отрицательных эмоций

Эмоции- это субъективные реакции человека на воздействие внешних и внутренних раздражителей. Они проявляются в чувствах удовольствия и неприязни, радости и страха, и тп. Основной причиной отрицательных эмоций являются чувства неудовлетворения, межличностные конфликты и стресс.

- Барьер отрицательных эмоций делится на несколько барьеров.
- Барьер общения. Возникает на почве страданий. Барьер общения вызывает искривленное представление о действительности и неточные оценки. Очень часто это выражается в агрессии или в стремлении избежать общения, замкнуться в себе. Трудно преодолеть барьер общения, вызванный сильным раздражением и гневом. Эти эмоции могут следствием лишения удовольствия, оскорблений, принуждений, побуждений совершить нежелательный поступок.
- Барьер страха, стыда и вины. Все эти комплексы отрицательных эмоций -плохие переменные разговора. Носители таких качеств должны быть скорее объектами психиатра и психотерапевта, нежели субъектами делового общения.

2) Барьер плохого настроения

У людей настроение портится от очень многих причин: плохой погоды и самочувствия, безысходности и несбывшихся мечт, грубости окружающих и собственной черствости. Плохое настроение можно отнести к низкой культуре быта, плохой его организации. Человек с плохим настроением - плохой сотрудник и еще худший собеседник в общении.

Одними из главных источников отрицательных эмоций являются личные столкновения. Ссоры, конфликты вызывают отрицательные эмоции у всех. Чтобы это предотвратить наиболее разумным будет отказаться от разговора, предложить отложить ее на другой раз.

3) Барьер восприятия

Каждый человек стремится, чтобы его понимали. Но не все при этом стремлении делают все необходимое для того, чтобы смысл его речи был ясным, стремление

отчетливым, цели обоснованными. В общении в возникшем непонимании чаще всего виноваты обе стороны. Чтобы достичь максимального эффекта коммуникации, требуется отдать отчет в том, что существуют барьеры речи, установки, впечатление.

4) Барьер речи

Эмоциональное состояние человека существенно сказывается на его речи.

Чем более гражданин завладел способностями общения и общественного выступления, тем лучше он контролирует свои чувства и темпераментные потрясения. В беседе с товарищем по дискуссии сходу угадывается его с чувствами темпераментный настрой. Существенное подтекста логичного величина в том, как оказывают большое влияние эмоции на разговор, играет тип верховной нервной деятельности. Слабая нервная конструктивный порядок затрудняет точное изложение материала, логику размышления. Излишняя заторможенность не допустимость дает гибко отвечать в реакции на в один момент возникшие затруднения в разговоре. Излишняя возбудимость содействует поспешности: слово опережает мысленная задумка. Чем менее гражданин имеет в приказном постановлении своими эмоциями, тем чаще он в общении порождает непонимание, конфликты, чаще попадает в нелепые ситуации.

5) Барьер установки

Позицию человека в общении во многом предопределяет весь его жизненный опыт. Часто не начав разговор, человек бывает убежден в неправоте своего собеседника. В основе такого разговора лежит установка, т.е сформировавшаяся в человеке оценка или стереотип. Психологи утверждают, что установка есть у каждого человека. Ее формирование осуществляется независимо от сознания. Одному подсознательно несимпатичны полные люди, другому худощавые не внушают доверия. Установка облегчает приспособление к разным жизненным обстоятельствам. Однажды выработанная, она представляет собою собственную шкалу ценностей. Разные люди имеют разные установки.

Люди с подвижной установкой, обнаруживают стремление к активности.

Обладатели статичных установок с трудом адаптируются, некоммуникабельны. Установки создают в общении впечатление, что у человека нет своего мнения, а устойчивые установки говорят о том, что собственные принципы собеседнику дороже всякой реальности.

6) Барьер первого впечатления

Общение приводит к общению с новыми людьми. И хотя говорят, что первое мнение скорее всего ближе к правде, тем не менее оно часто ошибочно. « Не судите, да не судимы будете...»- сказано в Евангелии, и в этом безукоризненная правда. Прежде чем судить, нужно хорошенько осмотреться, прислушаться, оценить...

Впечатление, производимое человеком на своего партнера по общению, имеет большое значение. Его манеры в общении раскрывают его статус воспитание, статус, культуру, а иногда и профессию.

Следовательно, первое впечатление о человеке может многое сказать. И если отрицательное первое впечатление по всем этим характеристикам переносится на предмет обсуждения, тем самым формируется барьер первого впечатления.

7) Барьер взаимопонимания

Главная проблема общения - отсутствие взаимопонимания. Выделим несколько основных принципов взаимопонимания в общении.

- Владение профессиональным языком.

Принцип предполагает использование профессиональной лексики для описания и объяснение возникающих ситуаций.

- Уровень взаимопонимания прямо связан с уровнем интеллектуального развития коммуникатора и аппонента

Принцип имеет косный характер. Отсутствие взаимопонимания при условии существенной разницы уровня интеллектуального развития собеседников не только затрудняет общение, но и делает достижение конструктивного результата невозможным.

- Уровень взаимопонимания обусловлен полнотой информации.

Полная информация может быть дополнена полнотой изложения материала, фактов, а также открытым способом изложения собственной позиции.

- В основе эффекта взаимопонимания - логичность изложения и последовательность обоснования.

Понимание того, что хочет доказать собеседник, вытекает из того, насколько последовательно, и обстоятельно он излагает свою позицию. С ней можно согласиться или не согласиться, но такая позиция понятна.

- Концентрированность внимания.

Чтобы понять, нужно не только слушать, но и слышать, что говорит собеседник.

Преодоление барьеров межличностной коммуникации

В отечественной научной литературе представление о проблеме преодоления барьеров речи связаны именем ученого Б.Ф. Поршнева.

Рассмотрим пути их преодоления.

1) Пути преодоления барьеров отрицательных эмоций.

- Барьер общения

Рациональной методикой манер сдерживания для преодоления препятствий общения, появляющихся на базе негативных эмоций (гнев, пыл и так далее), который можно словесные фразы произносить предлагая всем без исключения, не выживает, так как люди весомые наследственно и социально обусловленные варианты в высоте уровня их выраженности и контролирования порядка. В процессе общения с мотивацией нацеленные гнев, темпераментный с чувствами гнев, энергетическая деятельность и бесстрашность, решительность гражданина имеют все шансы очень возрасти. В таковой обстановки человек предрасположен к резким фразам и сочетаниям слов и агрессивно агрессивным деяниям. Партнер становится объектом, на который изливается целый гнев. Деловое общение с раздраженным либо яростным человеком малоэффективно, а в некоторых случаях невыполнимо. Поэтому выход из таковой ситуации- не демонстративная акция слабости, а наоборот, смелость либо даже великодушие.

Барьер скверного настроения Преодоление чувств, увязанных с скверным душевным положением, ставится для ответа запрос про то, новостные слухи либо не новостные слухи деловой беседу с человеком, переполненным отрицательно негативным резервным составом заряда. В предоставленной обстановки имеет пространство обоснованный аргумент, что один из компаньонов понимает личное состояние либо у компаньона. Так как нехорошее настроение нередко передается товарищу по дискуссии, ждать достигнутого результата согласия,

взаимопонимания нереально . Поэтому выход из таковой ситуации- перенесение дискуссии либо совсем отказ от беседы. • Барьер 1-го впечатления Преодоление препятствия 1-го впечатления носит попарно сдвоенной нрав . Сюда относятся такие составляющие как стиль одеваться, стиль формулировать свои мысленные задумки, умение держать осанку, невербальные проявления. Для эффективности процесса коммуникации партнерам по общению необходимо осознавать, что наружный облик не играет значимую по важности роль. Важным является умение правильно излагать свои мысли.

2) Пути преодоления барьеров речи

- Логический барьер

Для преодоления барьера речи нужно обратить внимание на логический барьер. Логический барьер можно преодолеть лишь путем: «идти от партнера», пытаюсь понять как он строил свои умозаключения.

- Стилистический барьер

Для преодоления стилистического барьера основывается на двух приемах структурирования информации:

Правило рамки

Суть состоит в том, что начало и конец разговора должны быть четко ограниченными. В начале любого разговора выясняется цель и намерения, ожидание и результаты. А в конце как правило подводятся итоги, делаются выводы. Это способствует наилучшему восприятию информации, так как существует психологический факт, который используют многие ораторы: люди запоминают лучше начало и конец текста. Начало текста способствует возникновению симпатии, а конец остается в памяти. Можно сказать, что начало и конец выступления чаще всего запоминается аудиторией.

В повседневной жизни правило рамки часто нарушается. Зачастую начав разговор по поводу одной проблемы, партнеры забывают о ней и завершают совсем о другом. Такой разговор становится лишним. Не понятно к какому выводу пришли, а главное нужно возвращаться к этой проблеме снова.

- Правило цепи

Правило цепи определяет строение информации как бы «изнутри». Следовательно информация необходимая для анализа проблемы соединена в цепь по каким то признакам.

Способы соединения информационных цепей могут быть разные:

Это «во-первых», «во-вторых» и т.д.; информация может быть проранжирована. Также коммуникация может выстраивается в логических цепях. Например « если это так, то это тоже так». Использование правила цепи облегчает партнеру понимание информации.

- Семантический барьер

Чтобы преодолеть семантический барьер нужно понять особенности мышления собеседника, его лексику, в каком смысле использовано то или иное значение слова.

- Фонетический барьер

Для преодоления барьера необходимо работать больше над собой, развивать акцент, учиться говорить внятно и достаточно громко.

Способы преодоления всех барьеров имеют препятствие личностного роста. К факторам личностного роста относят: честолюбие, стремление к высокому статусу, ответственность перед окружающими. А также можно включить такие факторы как нехватка уверенности в себе, отсутствие нужных навыков и т.д.

Деловое общение специалиста PR – это искусство, которое позволяет легко войти в контакт с партнером, чтобы получить желаемый результат. Специалист по PR часто сталкивается с проблемой построения общения на основе взаимопонимания. Чтобы разрешить эту проблему профессионалу в области связей с общественностью необходимо знать основы психологического общения, отлично владеть психотехниками, а также правилами этикета.

1.3 Барьеры массовой коммуникации

Под коммуникативным барьером обычно понимается все то, что препятствует эффективной коммуникации и блокирует ее.

В качестве оснований классификации коммуникативных барьеров целесообразно выделить среду (внешние условия) коммуникации, технические средства коммуникации и самого человека как главного действующего лица любого коммуникативного акта.

Выделяют 4 класса барьеров.

1. Барьеры, обусловленные факторами среды

К ним относятся характеристики внешней физической среды, создающие дискомфортные условия передачи и восприятия информации:

- акустические помехи - шум в помещении или за окном, ремонтные работы, звонки телефона и т.д.;
- отвлекающая окружающая обстановка - все то, что способно отвлечь внимание собеседников (яркий или тусклый свет и т.д.);
- температурные условия - слишком холодно или жарко в помещении;
- погодные условия - дождь, ветер, давление и т.д.

Каждый из перечисленных факторов может сказаться на результативности коммуникации в силу своего влияния на индивидуальные психофизиологические особенности коммуникантов.

2. Технические барьеры

Технический барьер состоит в том, что те или иные явления мешают найти и получить нужную информацию. К техническим барьерам относятся «шумы» и «помехи». Понятие «шум» ассоциируется с технологическими задачами, и означало возмущения, не являющиеся частью сообщения, передаваемого источником. Источник шума обладает способностью разрушать информацию, тем самым он увеличивает степень неопределенности приемника. Можно выделить такие технические барьеры коммуникации, которые обусловлены и человеческим фактором: неправильное использование техники связи; неправильным выбором технического средства для передачи сообщения.

По первому взгляду может показаться, что в мире современных технологий коммуникативные проблемы решены. Но большинство барьеров коммуникации обусловлено человеком.

3. Человеческие барьеры

Человеческие барьеры можно разделить на межъязыковой, социальный, психологический, психофизиологический, социо-культурный барьеры коммуникации. Рассмотрим каждый барьер подробно.

1) Межъязыковые барьеры

Участники коммуникации говорят на разных языках и не могут найти общего в общении.

2) Социальные барьеры.

Барьер связан с разными положениями в обществе и разным социальным группам. Социальный барьер делится еще на барьеры:

- Барьер уровня жизни;
- Барьер национальных культур;
- Барьер лжи и обмана.

3) Психологические барьеры

В качестве психологических барьеров могут выступать некоторые психические состояния (индифферентность, безразличие, апатия и даже депрессия) и психические свойства личности (замкнутость, застенчивость, стыдливость). Психологические барьеры выполняют две основные функции:

- Функция психологического препятствия;
- Функция психологической защиты.

4) Психофизические барьеры

Такие барьеры могут возникать вследствие психофизических нарушений (заикание, картавость, потеря голоса, глухота).

5) Социокультурные барьеры

Люди являются представляющими интересы агентами конкретных общественных качеств. Они являются представляющими интересы агентами той либо другой государственной цивилизации, общественной группы. Все это порождает социокультурные препятствия.

4. Барьеры сообщения Барьеры сообщения еще можно поделить на барьеры:

1) Семантический барьер В известии употребляется неоднозначные словесные выражения .

2) Фонетический барьер В известии употребляется проворная, безжизненная либо неторопливая речь; ударения (звуки- паразиты)

3) Стилистический барьер

Стиль сообщения не соответствует ситуации существования.

4) Логический барьер

Внутри сообщения сложная логика рассуждений.

5) Профессиональное неприятие

6) Нестандартные участники сообщения

Объект сообщения не соответствует открытию привлекательности.

7) Инерция включенности

При столкновении сообщения с другими проблемами, яркость и значимость в сообщении не является настолько сильной, чтобы отвлечь его.

Практически для всех людей важно общаться таким способом, чтобы их правильно понимали, чтобы не происходило непонимания, чтобы их слышали и слушали. Для многих людей умение приподносить свое мнение, свои знания до собеседника- часть работы, поэтому они должны уделять первостепенное внимание проблеме коммуникативных барьеров и совершенствованию практических навыков их одоления.

Глава 2. Барьеры деятельности специалиста по PR

2.1 Особенности профессиональной деятельности специалиста по PR

межличностный коммуникация барьер взаимопонимание

Public Relations- весьма богатое понятие. Оно включает в себя:

- Все что может улучшить взаимопонимание между организацией и теми с кем эта организация вступает в контакт, как внутри так и за ее пределами.
- Рекомендации по созданию общественного лица организации.
- Миропонимания направленные на выявление слухов или других источников непонимания.
- Мероприятия направленные на расширение сферы влияния организации средствами соответствующей пропаганды, рекламы, выставок, видео показов.
- Любые действия направленные на улучшение контактов между людьми или организациями.

В число особенностей профессиональной деятельности специалист по PR включают:

1. Продвижение

Под «продвижением» имеется в виду целый комплекс маркетинговых коммуникаций, призванный стимулировать сбыт предлагаемой продукции. Тут и рекламные компании, и распродажи, и исследования рынка, а также всякого рода информационных «шумов», организационных помех и т.д. Как правило, коммуникатор (пиар- специалист) должен выявить свою целевую аудиторию, определить ответную реакцию, выбрать форму обращения и каналы его передачи, наладить обратную связь с аудиторией.

2. Паблсити

Под «publicity» понимается «пропаганда». Выделяют три основных качества «паблсити»: достоверность содержания, широкий охват аудитории, броскость и запоминаемость формы. В этом случае перед службой PR возникают несколько задач, в том числе обеспечение фирме благожелательной известности, формирование представления о ней как об организации с высокой гражданской ответственностью, а также противодействие распространению неблагоприятных слухов и сведений.

3. Лоббирование «Лоббирование» (от англ. Lobby- коридор) это ход процесса формирования дела воздействия заинтересованных групп на принятие разрешения властолюбивыми конструкциями . Лоббирование- один из основополагающих приемов конструктивные порядки связей бизнесмена с сообществом в целях непосредственно прямого воздействия на установка агрегат государственной

администрация и имущество со направления представляющих интересы агентов общественности- деловых кругов и некоторых слоев живущих граждан . Основная назначенная функция лоббирования- целенаправленное влиятельное воздействие на ход процесса формирования дела осуществления твердо уверенных заявлений муниципальными и законодательными органами. Результатом лоббирования является закрепление в принимаемых нормативных, законодательных актах интересов различных групп и формирований в получении муниципальных дотаций, социальных льгот, международных инвестиций.

Кроме того, выделяют такие специфические сферы PR, как финансовый консалтинг, поведение во время кризисных ситуаций и т.д.

Чтобы быть профессиональным специалистом в области PR важно иметь ряд личностных особенностей. Для успешной работы в области PR , нужно не только обладать многими качествами и навыками, но и иметь природные качества. К таким качествам С. Блэк относит:

- здравый смысл и живой ум,
- организаторские способности,
- объективность наряду с острым критическим восприятием,
- богатое воображение и способность понимать иную точку зрения,
- невозмутимость и предельное внимание к деталям,
- умение работать много, а при необходимости - в одиночку,
- жизнерадостность и чувство юмора,
- гибкость, способность делать одновременно несколько дел.

К этим качествам, которые перечислил С. Блэк, следует добавить также немаловажные особенности в деятельности по PR:

- коммуникабельность - способность человека легко устанавливать контакты в любой сфере общения, а также умело поддерживать их.
- Харизма - личное обаяние, притягательность человека, обусловленные не только внешним видом, но и такими индивидуальными манерами, как целеустремленность, лидерство, решительность и др.

Для выявления барьеров в деятельности специалистов сферы PR и других представителей разных коммерческих структур, я провела практическое исследование. Результаты представлены в следующей главе.

2.2 Барьеры в деятельности специалиста по PR

Специалист по PR часто сталкивается с множеством барьерами.

Цель моего практического исследования - выявить какие барьеры коммуникации чаще всего встречаются в процессе общения у специалистов сферы PR и специалистов других процессов. А также дать сравнительную характеристику.

Объект данного исследования - сотрудники ООО « PR-агентство Бабич и Партнеры», а также сотрудники разных сфер деятельности (врачи, менеджеры, рыбаки).

В своем практическом исследовании, я провела опрос в виде теста у представителей, данных профессий. Каждый вопрос определял у опрошенного мной человека степень барьера межличностной коммуникации.

А непосредственно : препятствия негативных эмоций , нехорошего состояния души ; препятствия восприятия, разговора ; препятствия 1-го воспоминания , установок. А еще препятствия взаимопонимания. Тест по с с для ответа запросом задачами задачам показан в Приложении Б. Мною была опрошена мотивированная публика 20-40 лет. Из обретенных уведомительно справочных сведений можно прийти к выводу , что группы гуманных особей выделили : барьер отрицательно негативных эмоций; барьер восприятия. Следует отметить, что агенты представляющие интересы различных квалифицированных квалификаций выделяют те препятствия , которые максимально более нередко видятся в их деятельности. В этом мы можем убедиться, взглянув Приложение В. Опрошенные на 1-ое пространство выделяют барьер восприятия. Это 80% - сто процентов . Затем барьер взаимопонимания, это 20% - 60%. Барьер отрицательно негативных эмоций тоже дает о себе знать. Это 20% - 30%. В этом мы можем убедиться, взглянув Приложение Г.

Что касается, барьера речи, , скверного состояния души и 1-го воспоминания , то их выделяют только служащие работники различных сфер деятельности, но не эксперты в по р-ну области местной местности PR. Стоит отметить, что только барьер установок не мешает на дороги общения с деловыми компаньонами . Можно заявить, что этим двум группам присущи одинаковые препятствия в разговоре . Но, как выставило на показ подтвержденное практикой экспериментальное изучение , у профессионалов в по р-ну области местной местности Public Relation найдено менее трудностей в коммуникативном общении, по сравнению с другими специалистами различных профессий.

Заключение

Мы детально наверняка разглядели общее для всех понятие барьеров . Рассмотрели препятствия крупномасштабной и межличностной коммуникации. Барьеры крупномасштабной коммуникации распределяется на 4 класса. Это людские барьеры; препятствия сообщения; технологические барьеры; барьеры, обусловленные причинами среды. Что касается препятствий межличностной коммуникации, то их возникло кажись 7-мь . Это барьер негативных эмоций , отвратительного состояния души , восприятия, разговора , установок, взаимопонимания, 1-го воспоминания . Мы исследовали разные дороги преодоления коммуникативных барьеров. Описали основополагающие особенности квалифицированной деятельности эксперта в сфере PR. Затем сделав анализ целый материал, я провела на практической действительности подтвержденное экспериментальное изучение , для того чтобы обнаружить присутствие препятствий либо тяжелых обстоятельств с компаньонами в процессе общения. Практическое исследование состояло в том, что я опросила специалистов по связям с сообществом на примере ООО PR- Агентство « Бабич и Партнеры» и сотрудников иных сфер деятельности, основываясь на анкетировании.

Практическое экспериментальное изучение на показ выставило , что с содействием отношение в опросе пустившие на 1-ое пространство выделяют препятствие восприятия. Затем препятствие взаимопонимания. Барьер негативных эмоций также дает о для себя знать. Стоит отметить, что Сотрудники PR- Агентства « Бабич и Партнеры» выделяют препятствие восприятия. Хотя агенты представляющие интересы иных квалифицированных квалификаций также выделяют этот барьер. Однако в главном главная сумма веса коммуникативных препятствий , «пиарщики» просто обходят стороной.

Поэтому на основе проделанной работы, нужно отметить, что специалист в области PR широко подготовлен профессионализмом в сфере коммуникационной деятельности, умеющий выделять наиболее перспективные вопросы и налаживать взаимоотношения с общественностью в целом и конкретной аудиторией. Деловые контакты оказывают решающее влияние на успешность поведения бесед, совещаний, переговоров.

Поэтому специалист по PR должен обладать рядом навыков, чтобы четко выразить свои мысли.

Список литературы

1. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз: Учеб. Пособие, 2-е издание, перераб. И доп.- М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2016.-189 с.
2. Анцупов А.А., Шипилов А.И. Конфликтология. – М.:, 2015.-154с.
3. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия.-М.: РИП-Холдинг, 2013
4. Березин В.М. «Сущность и реальность массовой коммуникации.-М.: Изд-во РУДН, 2016
5. Блэк С. PR: Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013.- 311 с.
6. Бодалев А.А. « Личность и общение». М.: Межд. Пед. Акад., 2014.-262 с.
7. Бороздина Г.В. Психология делового общения.- М.: ИНФА-М, 2015. -228 с.
8. Бизнес коммуникации. «Стратегии и навыки».- Спб.: Питер, 2015.-693 с.
9. Вацлавик П и др. Психология межличностных коммуникаций.- СПб., 2013
10. Горшкова М. К., Шерега Р.Э. Как провести социологическое исследование, М.: Политиздат, 2013.- 225 с.
11. Доти Д. Паблсити и паблик рилейшнз, Изд-е 2-е: Стереотип. М: Филин, 2015-253 с.
12. Илюшин И.А. Введение в Public Relations: Учебное пособие/ Сост. И.А. Илюшин.- Владивосток. Изд-во Дальневосточного университета, 2016.- 132 с.
13. Курбатов В.И. «Стратегия делового успеха».- Ростов-на-Дону.: Феникс, 2014. – 127-141с.
14. Курница В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. Учебник- СПб.: Питер, 2015

15. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований.- М., 2014
16. Панфилова А.П. Деловая коммуникация профессиональной деятельности: Учебное пособие.- СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2016.- 497 с.
17. Поченцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов.М.: «РефлБук», К.: «Ваклер»-2016.-654 с.
18. Синяева И М. «Паблик Рилейшнз в коммуникативной деятельности. М.: ЮНИТИ, 2015.- 269с.
19. Харрисон Ш. «Связи с общественностью. Вводный курс. Пер. с англ. под ред. Г.Е. Алпатова.- СПб.:Изд. Дом «Нева», 2013.- 368с.
20. Цуканова Е.В. Психологические трудности межличностного общения.-Киев, 2014.-154с.
21. Вопросы психологии.- 2016.- №1.-С. 3-18.