

## Содержание:

# Введение

Общение-это врожденный инстинкт всех живых существ. В своей простейшей форме коммуникация - это любой обмен информацией между двумя сущностями. Это можно наблюдать на клеточном уровне между микроорганизмами и в более широком масштабе между членами стада, уклоняющимися от хищника. Как современные люди, живущие в напряженном мире, мы полагаемся на хорошее общение каждый день, чтобы сделать наш путь по жизни. Каждое взаимодействие, которое мы имеем с другим человеком, от поднятой брови на оживленной кассе до непристойного жеста в адрес другого автомобилиста в пробке, до простого махания рукой своей семье, когда вы выезжаете утром с подъездной дорожки, - это форма общения. Сегодня

коммуникация перешла от индивидуального уровня общения к массовому.

Коммуникация - это не просто процесс передачи информации от одного субъекта к другому. Это искусство сначала слушать или читать информацию, понимать ее, обрабатывать и затем передавать. Существует огромное количество усилий, которые идут на общение. Жесты, тон голоса, язык тела и разговорная речь- вот некоторые из важных аспектов общения. Если другой

человек не в состоянии понять ни один из этих факторов, процесс терпит неудачу.

Как живые существа, мы должны выражать и понимать выражения других людей. Нравится нам это или нет, но человеческое общество процветает благодаря общению. Цивилизации поднимались и падали, основываясь на том, насколько хорошо они поддерживали прочные отношения с остальным миром. Действительно, общение-это тот самый крем, которая заставляет механизм человеческих отношений функционировать гладко. Поэтому значение коммуникации нельзя и не следует недооценивать. Иногда трудные жизненные ситуации можно разрешить, просто сев и поговорив об этом. Точно так же большинство личных, профессиональных и социальных катастроф можно предотвратить, поддерживая ясную, адекватную и недвусмысленную коммуникацию. Все, что нам нужно, - это некоторое усилие с нашей стороны, чтобы выявить и избежать препятствий для эффективного общения, чтобы сделать нашу жизнь и жизнь окружающих нас

людей лучше.

**Объект исследования:** коммуникация, барьеры массовой коммуникации.

**Предмет исследования:** барьеры массовой коммуникации.

**Цель курсовой работы:** разобрать значение «коммуникация», выделить типы коммуникации, ознакомиться с понятием «барьеры массовой коммуникации», расписать барьеры массовой коммуникации, методы преодоления массовой коммуникации.

**Задачи курсовой работы:**

1. Дать определение коммуникации;
2. Разобрать типы коммуникации;
3. Выявить барьеры массовой коммуникации;
4. Сделать заключение исследуемому материалу.

**Структура** курсовой работы состоит из введения, глав, параграфов, эссе, заключения и списка библиографии. При написании работы были использованы учебные пособия по психологии, социологии, также использовались интернет-ресурсы.

## **ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ КОММУНИКАЦИЙ**

### **1.1. ПОНЯТИЕ КОММУНИКАЦИИ**

<sup>1</sup> Человек осознал потребность в коммуникации по мере того, как становился homo sapiens. Согласно учению И.П. Павлова, первая сигнальная система - впечатления, ощущения, представления - у нас общая с животными, но великий физиолог также доказал, что “слово создало вторую, специальную нашу, сигнальную систему действительности, будучи сигналом первых сигналов”. Это позволило нам состояться на новой, человеческой, ступени развития, потому что способность говорить, быть коммуникационным партнером возможна только на основе мышления. Поэтому можно сказать, что история цивилизации - это история социальной коммуникации.

Первый подход к определению понятия коммуникации можно сделать исходя из его этимологии. Это слово происходит от латинского *communicare*, что означает "делиться чем-то".

Коммуникация - это процесс, посредством которого участники создают и обмениваются информацией друг с другом, продвигаясь к достижению взаимопонимания. Общение вовлечено в каждый аспект повседневной жизни, от рождения до смерти. Она универсальна. Другими словами, общение происходит всякий раз, когда кто-то приписывает смысл словам или действиям другого человека. Коммуникация - это также процесс, включающий в себя несколько компонентов: людей, которые общаются, сообщение, которое передается (вербальное или невербальное), канал, через который происходит

коммуникация, и контекст. Когда мы общаемся с другим человеком, мы воспринимаем сообщения через наши органы зрения, обоняния, слуха - и эти сообщения происходят не по одному, а скорее одновременно. Когда мы общаемся, мы создаем, поддерживаем или разделяем смысл. Это означает, что люди активно участвуют в процессе общения. Технически, один человек не может общаться в одиночку-разговор с самим собой во время мытья автомобиля не считается как общение.

Согласно "Оксфордскому словарю", коммуникация означает "передачу, передачу или обмен идеями, знаниями и т. д., будь то речь, письмо или знаки,"

Таким образом, мы можем сказать, что коммуникация - это процесс передачи информации или идей от одного человека к другому таким образом, чтобы другой человек, получающий информацию, мог легко ее понять.

<sup>2</sup> Массовая коммуникация - это процесс передачи сообщения большому числу различных аудиторий. Посредством массовой коммуникации информация может быть быстро передана большому числу людей, которые обычно держатся подальше от источников информации. Массовая

---

[Зуляр.Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе. - Иркутск, 2006. с.10]

коммуникация-это процесс передачи сообщения, мысли и отношения через некоторые средства массовой информации одновременно большому числу разнородных аудиторий.

Кратко говоря, мы можем сказать, что коммуникация - это система, посредством которой люди делятся друг с другом идеями, чувствами, мыслями, фактами, мнениями, ценностями и эмоциями. Он действует как мост смысла между людьми.

<sup>2</sup> Американский социолог Ч. Кули имеет в виду под коммуникацией механизм, с помощью которого осуществляются и развиваются все многообразные человеческие взаимоотношения, символы, заключенные в разуме, а также средства для передачи их в пространстве и сохранения во времени.

Коммуникация, по определению С.В. Коновченко, - это то, что позволяет людям связываться друг с другом на основе общих интересов, обмениваться мыслями, идеями, т.е. устанавливать специфические формы взаимодействия между собой в процессе познавательной и трудовой деятельности, в процессе совместного проживания. Коммуникация является важнейшим механизмом становления индивида как социальной личности, проводником установок социума. По мере того как люди развивались интеллектуально и по мере того как расширялись сферы их занятий, сферы взаимодействия с себе подобными, все острее проявлялась необходимость в обмене информацией внутри группы, тем проще внутренне, но сложнее внешне становился этот обмен.

<sup>3</sup> В теории коммуникации, разрабатывавшейся в русле постбихевиоризма, постепенно происходит «психологизация» понятия коммуникации, и она все больше начинает рассматриваться как межличностный процесс. Коммуникация представляет собой прежде всего взаимодействие, влияние на которое оказывает каждый из его участников. Коммуникация представляет собой не только прием и передачу информации, но создание некой общности, определенной степени взаимопонимания между участниками, предполагающего необходимость обратной связи, взаимного наложения сфер личного опыта, особенностей генерирования смысла в коммуникативном взаимодействии.

Общение играет жизненно важную роль в жизни человека. Это очень важно в личных и профессиональных отношениях. Коммуникация может быть описана как способ передачи своих идей, мнений или выслушивания мнений других людей. Недостаток общения создаст целый ряд проблем в любых отношениях. Если есть какая-то проблема, мы должны говорить об этом, например, если есть

какое-то счастье, мы должны делиться им, тогда мы можем своими положительными эмоциями осчастливить настроение собеседнику, или же окружающим нас людям. Общение укрепляет связь между людьми.

Представим себе мир, где никто не может говорить, как бы мы общались друг с другом? Очевидными ответами были бы действия, жесты, письменные слова или образы. С этой целью общение-это средство выражения мыслей и чувств людям в вашем окружении.

Однако давайте представим себе мир, где я- единственный человек. Единственным средством общения, которое у меня было бы, были бы остатки прошлого. (Скажем, я должна была читать Шекспира. Хотя он и не нацелен прямо на меня, но это был бы обмен словами, написанными Шекспиром много сотен лет назад, следовательно, общение).

Но, что было бы, если бы я была единственным человеком, который когда-либо существовал? Теперь люди не являются частью моего окружения, поэтому животные становятся моей аудиторией. Как бы я общалась? Язык тела и звук становятся наиболее эффективными средствами коммуникации (например,

---

<sup>2</sup> [Коновченко.С.В. Средства массовой информации- Россия.- Изд-во РАГС, 2004.- с.74]

<sup>3</sup> [Василика М.А. Основы теории коммуникации. – М.: Гардарики, 2007.-с.56]

отпугнуть медведя или успокоить свою любимую собаку).

А теперь давайте представим, что в нашем мире нет животных. Как я могу общаться с другой формой жизни, например с растением? Технически я могу “передавать или обмениваться информацией” с растением, манипулируя его основными требованиями, водой и светом. (Подсолнухи, например, следуют за Солнцем по небу в течение всего дня. Если я вдруг переместила источник света, я “передаю ” информацию о том, что Солнце переместилось. Посадите саженец в

темный ящик и он будет расти туда, где есть свет.

В какой - то степени общение происходит в глазах смотрящего-любое поведение, которое вы наблюдаете в другом существе, может быть воспринято как общение, если вы придаете ему смысл. Действительно ли это эффективная коммуникация- вот что выводит этот теоретический вопрос в плоскость практичности.

На мой взгляд, эффективная коммуникация - это поиск наилучшего способа донести свои мысли и чувства до аудитории, кем бы или чем бы она ни была.

## **1.2. ТИПЫ КОММУНИКАЦИЙ**

<sup>4</sup> Бывают такие типы коммуникаций как: межличностная, групповая, массовая коммуникации. Они могут осуществляться в различной сфере (культурно-духовной, научной, учебной, производственной), среди людей различного возраста, пола, принадлежащих к различным народам, нациям, этносам, расам (геронтокоммуникации, гендерные, национально-этнические, межрасовые коммуникации), между различными категориями населения (молодежные, женские, религиозные), между континентами, странами, государствами, народами, территориями (межконтинентальные, межгосударственные, международные, межтерриториальные) и другими.

Формы коммуникации. К формам коммуникации относят дискуссии, беседы, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, телефонные разговоры, деловую переписку и др.

Сферы коммуникации. Сферы коммуникации объединяются понятием специализированной коммуникации. Традиционно выделяются: сфера бытовой, политической, научной, образовательной, педагогической, юридической, медицинской, религиозной, производственной коммуникации.

Бывают основные типы коммуникации. Межличностная коммуникация - процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в непосредственный контакт. Условие успешной межличностной коммуникации связано с созданием участниками «общей социальной действительности», общего «здесь-и-сейчас», вне которого коммуникация вообще не может состояться. Данную предпосылку исследователи иногда называют договорным аспектом межличностной коммуникации. Эффективность

межличностной коммуникации будет определяться параметрами индивидов как коммуникативных личностей.

<sup>5</sup> Определяющими параметрами для коммуникативной личности являются три: мотивационный, когнитивный и функциональный. (В.П.Конецкая).

Мотивационный параметр определяется коммуникационными потребностями. Если потребности нет, то нет и коммуникации, либо есть псевдокоммуникация.

Когнитивный параметр включает в себя множество характеристик, формирующих внутренний мир индивида в процессе накопления познавательного опыта: знание коммуникативных кодов, самонаблюдение и самоосознание, метакоммуникативные навыки, способность адекватной оценки когнитивного и коммуникативного горизонта партнера, мифы и предрассудки,

---

<sup>4</sup> [Лекция4. Виды и типы коммуникации. ссылка на доступ: <https://helpiks.org/8-59928.html>)]

стереотипы и верования.

Функциональный параметр включает три характеристики, определяющие коммуникативную компетентность индивида: практическое владение вербальными и невербальными средствами коммуникации; умение варьировать коммуникативные средства в процессе коммуникации в связи с изменением ситуации; построение дискурса в соответствии с нормами кода и правилами этикета.

В зависимости от способа использования своего коммуникативного потенциала, личность может быть отнесена к тому или иному типу: Доминантный коммуникант: стремится завладеть инициативой, не любит, когда его перебивают, резок, насмешлив, говорит громче, чем другие.

Мобильный коммуникант: легко входит в разговор, переходит с темы на тему, говорит много, интересно и с удовольствием, не теряется в незнакомой ситуации общения.

Ригидный коммуникант: испытывает трудности на контактоустанавливающей фазе общения, затем четок и логичен.

Интровертный коммуникант: не стремиться владеть инициативой, отдает ее, застенчив и скромн, скован в неожиданной ситуации общения.

Групповая коммуникация. Групповая коммуникация возникает при непосредственном общении небольшого числа людей, хорошо знающих друг друга и постоянно взаимодействующих между собой.

---

<sup>5</sup>[Конецкая В.П. Социология коммуникаций, 1997 ссылка на доступ: <http://libed.ru/knigi-nauka/760657-1-sociologiya-kommunikacii-koneckaya-koneckaya-sociologiya-kommunikaciy-uchebnik-m-mezhdunarodniy-universitet-biznesa.php>]

Коммуникация бывает четырех основных типов:

Вербальное общение также можно назвать устным общением.<sup>6</sup> Не случайно нашу эру называют эрой «говорящего человека». Как считают специалисты в области менеджмента, современному деловому человеку в день приходится произносить примерно 30 тысяч слов, или более 3 тысяч слов в час. Очень важная характеристика вербальной информации – ценность. Под ценностью понимается новая информация, получаемая от реализации информативности, содержащейся в языковом знаке. Ценность информации содержательного характера определяется ее новизной и неожиданностью. Источником информации в вербальной коммуникации выступает говорящий или пишущий субъект. Говоря очень простым языком, любое общение, которое происходит устно между людьми, называется вербальным общением. Цель таких коммуникаций-обеспечить, чтобы люди понимали все, что вы хотите передать. По своей природе вербальная коммуникация является более быстрой и точной, чем электронная. Вербальная коммуникация- этот способ коммуникации опирается на слова, чтобы передать сообщение. Это стандартный метод общения, который большинство из нас использует изо дня в день, хотя мы редко используем его, не дополняя его одним из других типов общения. Другие сигналы, которые люди используют при вербальном общении, включают в себя тон, жесты и язык тела. Вербальная коммуникация помогает выражать мысли, эмоции и чувства. Телефонный разговор, беседа с другом, сделанное объявление или произнесенная речь-все это вербальные формы общения. Для большинства из нас это происходит с легкостью. В детстве мы учились вербальному общению через окружающие нас звуки. Вскоре мы развиваем и начинаем понимать язык, который помогает нам общаться вербально, когда мы становимся старше.



---

<sup>6</sup> [Сайранова.Ю.С., магистр ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ» Россия, г.Уфа ссылка на доступ:

[https://www.iupr.ru/domains\\_data/files/zurnal\\_21/Sayranova%20Yu.S.%20Verbalnaya%20komm](https://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_21/Sayranova%20Yu.S.%20Verbalnaya%20komm)

В настоящее время вербальная коммуникация является важным аспектом и рассматривается как ключевая сила личности. Также присутствует и

письменная форма вербального общения- это письма (представление знаков и символов языка на бумажном носителе, отражающих мысли и знания) и чтение (восприятие языка с бумажного носителя).

Кроме того, психология выделяет три приоритетных функции вербальной коммуникации: Волеизъявление – посредством общения, человек может выразить свои желания и потребности, продемонстрировать свои волевые устремления. Выражение – вербальное общение открывает возможности выражения своего внутреннего мира. Информационная – передачи информации в правильно построенной форме, грамотной подаче.

Как вы заставляете людей чувствовать себя, когда входите в комнату? Является ли ваш язык тела в этот момент сильным, вы стоите с гордо поднятой головой, сложившие ваши руки за спиной, которые говорят о вашей уверенности и власти, или вы стоите сгорбившись, неуверенным в себе, прикоснувшись к себе множество раз из-за тревоги? У вас ухоженный вид, отутюжен костюм, или вы стоите в потрёпанной рубашке, которая явно не глаженная?

Выше были приведены некоторые примеры невербальной коммуникации или межличностного общения.

Невербальная коммуникация - это процесс общения без использования слов или звуков. <sup>7</sup> Средства невербального общения использовались в разных сферах с древних времен. Один из ярких примеров – древнегреческий театр масок, в котором внешнему выражению внутренних состояний придавалось большое значение. Актеры по ходу пьесы меняли маски, изображающие различные 27 застывшие эмоциональные состояния: радость, страх, гнев. Невербальная коммуникация, как правило, произвольна и спонтанна. «Даже если люди хотят скрыть свои намерения, они могут хорошо контролировать свою речь, но невербальное поведение контролю практически не поддается».

Каждый отдельный невербальный элемент нужно изучать в совокупности с коммуникативной ситуацией и другими экстралингвистическими факторами. Невербальное общение человека часто проявляется неосознанно. Невербальная коммуникация использует жесты, язык тела, пантомимика, зрительный контакт, одежду, тон голоса и другие сигналы для передачи сообщения. Как и вербальная коммуникация, этот метод общения редко используется в одиночку. Невербальное общение можно рассматривать как пряность, которую мы используем при общении, чтобы добавить немного вкуса. Мы можем выразительно поднимать брови, когда говорим, чтобы подчеркнуть свою точку зрения, или грозить пальцем своему ребенку, когда мы сердимся. Все это невербальные сигналы, которые помогают передать сообщение. Невербальное общение является внешней формой проявления внутреннего мира человека. Вербальные и невербальные средства коммуникации соотносятся в одном сообщении в разной степени. Они могут дополнять друг друга, сопровождать, противоречить или заменять. Доказано, что передача информации осуществляется с помощью слов всего на 7%, звуки занимают 38%, а невербальные средства занимают 55%. Мы видим, что невербальная коммуникация занимает очень важное место в общении людей.

Как заметил однажды признанный знаток людей, легче изменить свое мировоззрение, чем свой в высшей степени индивидуальный способ подносить ложку ко рту. Благодаря невербальному общению человек получает возможность психологически развиваться еще до того, как он усвоил и научился пользоваться речью (около 2-3 лет).

Согласно автору статьи «Невербальная коммуникация» Л. Пайрато, в настоящее время выделяется пять основных направлений исследования невербального языка – психологический, антропологический, социологический, семиотический и лингвистический.

---

<sup>7</sup> [Пыркина.Т.Н. «вербальные и невербальные средства выражения согласия и несогласия в речи на неродном языке».- Череповец,2016 ссылка на доступ: [http://yspu.org/images/f/f3/Диссертация\\_Т.Н.Пыркина.pdf](http://yspu.org/images/f/f3/Диссертация_Т.Н.Пыркина.pdf)]

<sup>8</sup> Различаются три основных вида невербальных средств передачи информации (или их еще называют паралингвистические средства общения): фонационные, кинетические и графические.

К фонациональным невербальным средствам относятся тембр голоса, темп и громкость речи, устойчивые интонации, особенности произнесения звуков, заполнения пауз (э, мэ...).

К кинетическим компонентам речи относятся жесты, позы, мимика.

Графические невербальные средства коммуникации выделяются в письменной речи.

Письменная коммуникация - это средство, посредством которого сообщение

отправителя передается с помощью письменных слов. Письма, личные дневники, электронные письма, отчеты, статьи и заметки-это некоторые формы письменного общения. В отличие от некоторых других форм коммуникации, письменные сообщения могут быть отредактированы и исправлены до того, как они будут отправлены получателю, что делает письменное сообщение неотъемлемой частью неформального и формального общения. Эта форма коммуникации также включает в себя особенности визуальной коммуникации, особенно когда сообщения передаются с помощью электронных устройств, таких как ноутбуки, телефоны и визуальные презентации, которые включают использование текста или слов. Есть очень удачная цитата " "слова сильнее мечей". Неправильное письмо, доставленное не в те руки, может перевернуть весь мир с ног на голову. Многочисленные электронные письма и документы, опубликованные Эдвардом Сноуденом, которые привели правительство США под сканер, являются прекрасными примерами того, как безопасно и конфиденциально использовать письменные документы, иначе они могут

---

<sup>8</sup> [Липатова.Т.В. Вербальные и невербальные средства коммуникации и их место в системе языка.- вестник РУДН, Москва, 2015]

привести к падению целой организации (оправдано это или нет-другой разговор).

Мы смотрим на мир с широко открытыми глазами! Сколько вокруг нас информации, которую мы воспринимаем зрительно: предметы, изображения, знаки, цвета, образы. Что-то нам нравится, и мы с интересом останавливаем на этом взгляд, что-то, наоборот, неприятно, и мы стараемся отвести глаза. Это наше зрительное восприятие мира - визуальные коммуникации.

<sup>9</sup> По результатам научных исследований установлено, что человек получает через глаза в среднем 70% информации. Таким образом, визуальная составляющая доминирует в коммуникациях между людьми, а также между человеком и символьной системой. Если на первом этапе информация собрана успешно, она передается на дешифровку и сравнение уже с имеющейся базой данных. Другими словами: «То, что человек видит, есть результат слияния визуальных впечатлений от предмета и встречной активности человека, посылающего на встречу этой информации сгустки прошлого опыта, означенного и осмысленного, интегрированного в общей структуре сознания человека». Ежедневно количество информации вокруг человека растет с огромной скоростью. Эти избыточные объемы информации сложно обработать как физически, так и психологически. Поэтому человек вынужден выбирать из огромного объема нужную информацию. В этой ситуации преимущество получает простая и наглядная информация, поданная в легкой и доступной форме. Визуальное восприятие является важнейшим для человека. Оно делится на два этапа: сбор информации на физическом уровне и дешифровку визуальных сигналов. Визуальная коммуникация- эта форма коммуникации предполагает визуальное отображение информации, при котором сообщение понимается или выражается с помощью визуальных средств. Например,

---

<sup>9</sup> [Кузнецова.И.В. курсовая работа: «визуальная коммуникация в рекламных кампаниях»

ссылка на доступ: <https://www.bestreferat.ru/referat-213700.html>]

топография, фотография, знаки, символы, карты, цвета, плакаты, баннеры.

<sup>10</sup> В бытовом, вульгарном значении визуальная коммуникация может быть определена как - то - что я вижу. Однако сегодня визуальная коммуникация чрезвычайно развита и усложнена и на уровне языка и на уровне восприятия за счет активного развития визуального искусства и электронных и цифровых технологий. Мы смотрим на мир с широко открытыми глазами! Сколько вокруг нас информации, которую мы воспринимаем зрительно: предметы, изображения, знаки, цвета, образы. Что-то нам нравится, и мы с интересом останавливаем на этом взгляд, что-то, наоборот, неприятно, и мы стараемся отвести глаза. Это наше зрительное восприятие мира - визуальные коммуникации. Визуальная коммуникация также предполагает передачу информации в виде текста, который принимается через электронные носители, такие как компьютер, телефон и т. д. Значки и смайлики - это форма визуальной коммуникации. Когда эти значки

используются в общественном месте, телефоне или компьютере, они информируют пользователя об их значении и использовании. Одним из величайших примеров визуальной коммуникации является интернет, который общается с массами, используя комбинацию текста, дизайна, ссылок, изображений и цвета. Все эти визуальные особенности требуют от нас просмотра экрана, чтобы понять передаваемое сообщение. Медийная коммуникация развивается стремительными темпами, чтобы обеспечить ясность и устранить любую двусмысленность. Вышеупомянутые виды коммуникации играли и продолжают играть жизненно важную роль в преодолении разрыва между людьми, торговлей, образованием, здравоохранением и развлечениями.

Одной из отраслей, наиболее широко использующих визуальную коммуникацию, является медицинская промышленность. Новые лекарства,

---

<sup>10</sup> [Курсовая работа на тему: «Виды визуальной коммуникации и их характеристики» ссылка на доступ:

[https://revolution.allbest.ru/marketing/00557195\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/marketing/00557195_0.html)]

которые появляются на рынке, должны быть показаны врачам и объяснены их преимущества. В такие моменты медицинские представители носят с собой информационные брошюры, которые показываются врачам. Эти информативные брошюры содержат всю информацию о лекарстве, так что врачи могут чувствовать себя уверенно, предлагая лекарство своим пациентам. Точно так же многие отрасли промышленности используют визуальную коммуникацию, чтобы помочь взаимодействию со своими клиентами, чтобы они могли лучше донести свои идеи. Объяснительное видео как концепция растет и становится одним из лучших видов коммуникации, наблюдаемых на веб-сайтах.

В личном общении тоже визуальная коммуникация играет свою роль. Рассмотрим диаграммы, сделанные учителями на доске, когда они объясняют концепцию классу учащихся. Или мы также можем взять пример графиков, сделанных в powerpoints менеджерами, когда они делают презентацию powerpoint для команды руководителей или старших сотрудников.

<sup>11</sup> Особенности визуальных коммуникаций: Каждый знак должен обладать всеми свойствами визуальных коммуникаций (эстетичность, простота восприятия, унификация). Визуальные коммуникации могут выполнять одну функцию, а также сочетать в себе две или все три функции. Визуальные коммуникации призваны

воздействовать на человека. Визуальные коммуникации могут размещаться в экстерьере, интерьере, на упаковке и в компьютерной навигации. Могут быть представлены в графическом, словесном и комбинированном виде в форме пиктограмм, идеограмм, логограмм и схем-навигаций. По времени действия выделяют постоянные, долгосрочные и временные визуальные коммуникации.

---

<sup>11</sup> [Савинова С. В., Харунжева А. А. Подходы к определению свойств и функций визуальных коммуникаций и их классификация // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 18. ]

## **1.3. БАРЬЕРЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

### **1.3.1. КОММУНИКАТИВНЫЕ БАРЬЕРЫ**

<sup>12</sup> 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. В процессе коммуникации могут возникнуть коммуникативные барьеры:

Логический барьер – возникает у партнеров с неодинаковым видом мышления. В зависимости от того, какие виды и формы мышления преобладают в интеллекте каждого партнера, они общаются на уровне понимания или непонимания, т.е. внутри сообщения сложная логика рассуждений.

Стилистический барьер – несоответствие формы представления информации ее содержанию. Возникает при неправильной организации сообщения. Сообщение должно быть построено: от внимания к интересу; от интереса к основным положениям; от основных положений к возражениям и вопросам, ответам, выводам, резюмированию, т.е. стиль сообщения не соответствует ситуации существования.

Семантический (смысловой) барьер – возникает при несоответствии лингвистического словаря со смысловой информацией, а также из-за различий в речевом поведении представителей разных культур, т.е. в сообщении используется многозначные слова.

Фонетический барьер – препятствия, создаваемые особенностями речи говорящего (дикция, интонация, логические ударения и т.д.). Надо говорить четко, внятно, достаточно громко, т.е в сообщении используется быстрая,

---

<sup>12</sup> [Курсовая работа на тему: «Барьеры коммуникации». ссылка на доступ: <https://www.bestreferat.ru/referat-217995.html>]

невыразительная или медленная речь; акценты (звуки- паразиты).

Нестандартные участники сообщения- объект сообщения не соответствует открытию привлекательности.

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 уметь общаться таким образом, чтобы их правильно понимали, чтобы их слова не наталкивались на стену непонимания, чтобы их слушали и слышали. Для многих людей умение «донести» свое мнение, свои знания до партнера- часть профессии, поэтому они должны уделять первостепенное внимание проблеме коммуникативных барьеров и совершенствованию практических навыков их преодоления.

Некоторые общие барьеры для эффективной коммуникации включают в себя: использование жаргона, слишком сложные или незнакомые термины, эмоциональные барьеры и табу, отсутствие внимания, интереса, отвлекающих факторов или неуместности для получателя, различия в восприятии и точке зрения, физические недостатки, такие как проблемы со слухом или речью, физические барьеры для невербального общения, языковые различия и трудности в понимании незнакомых акцентов, ожидания и предрассудки, которые могут привести к ложным предположениям или стереотипам. Люди часто слышат то, что они ожидают услышать, а не то, что на самом деле говорят, и делают неверные выводы. Различия культур, нормы социального взаимодействия сильно различаются в разных культурах, как и способы выражения эмоций. Например, понятие личного пространства варьируется в разных культурах и в разных социальных условиях. Опытный коммуникатор должен осознавать эти барьеры и стараться уменьшить их воздействие, постоянно проверяя понимание и предлагая соответствующую обратную связь.

### 1.3.2. КАТЕГОРИИ БАРЬЕРОВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

## 1. Человеческие барьеры:

Языковые барьеры, ясно, что язык и языковые способности могут выступать в качестве барьера для общения. Однако даже при общении на одном языке терминология, используемая в сообщении, может выступать в качестве барьера, если она не полностью понятна получателю(получателям). Например, сообщение, содержащее много специальных жаргонизмов и сокращений, не будет понято получателем, который не знаком с используемой терминологией.

Психологические барьеры, психологическое состояние получателя будет влиять на то, как воспринимается сообщение. Например, если у кого-то есть личные заботы и он испытывает стресс, он может быть занят личными заботами и не так восприимчив к общению, как если бы он не был напряжен. Управление стрессом, - это важный личный навык, который влияет на наши межличностные отношения. Гнев - это еще один пример психологического барьера для общения. Когда мы злимся, нам легко говорить вещи, о которых мы потом можем пожалеть, а также неверно истолковывать то, что говорят другие. В более общем плане люди с низкой самооценкой могут быть менее напористыми и поэтому не чувствовать себя комфортно в общении-они могут стесняться говорить то, что они действительно чувствуют, или читать негативные подтексты в сообщениях, которые они слышат.

Физиологические барьеры, могут быть результатом физического состояния собеседника. Например, собеседник с пониженным слухом может не уловить всю полноту произносимого разговора, особенно если имеется значительный фоновый шум. Также может быть заикание, картавость, потеря голоса).

Физические барьеры, примером физического барьера для связи является географическое расстояние между отправителем и получателем(получателями). Связь, как правило, легче осуществлять на более коротких расстояниях, поскольку имеется больше каналов связи и требуется меньше технологий. Хотя современные технологии часто служат для уменьшения воздействия физических барьеров, преимущества и недостатки каждого канала связи должны быть поняты таким образом, чтобы можно было использовать соответствующий канал для преодоления физических барьеров.

## 2. <sup>13</sup> 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.

### 1.3.3. ПРЕОДОЛЕНИЕ БАРЬЕРОВ

Большинство из вышеперечисленных барьеров может быть преодолено квалифицированным коммуникатором. Очевидно, что преодоление пробелов в географии и общение через инвалидность - это тема для другой дискуссии. Ниже мы рассмотрим некоторые инструменты, которые могут быть использованы для преодоления барьеров в повседневной коммуникации.

Пути преодоления барьеров отрицательных эмоций.

#### 1. Барьер общения

Рационального способа поведения для преодоления барьеров общения, возникающих на основе отрицательных эмоций (гнев, пыл и т.д. ), который можно предложить всем без исключения, не существует, поскольку люди значительные наследственно и социально обусловленные вариации в степени их выраженности и контроля. В процессе общения мотивированный гнев, пыл,

---

<sup>13</sup> [Курсовая работа на тему: «барьеры массовой коммуникации» ссылка на доступ: <https://psy.bobrodobro.ru/1683>]

эмоциональный потенциал, энергия и смелость, решительность человека могут многократно возрасти. В такой ситуации человек склонен к резким словам и агрессивным действиям. Партнер становится объектом, на который изливается весь гнев. Деловое общение с раздраженным или гневным человеком неэффективно, а в ряде случаев невозможно. Поэтому выход из такой ситуации- не

демонстрация слабости, а наоборот, смелость или даже великодушие.

## 2. Барьер плохого настроения

Преодоление эмоций, связанных с плохим настроением, ставится вопрос о том, вести или не вести диалог с человеком, переполненным отрицательным зарядом. В данной ситуации имеет место факт, что один из партнеров осознает свое состояние или у партнера. Так как плохое настроение часто передается собеседнику, ожидать достижения соглашения, взаимопонимания невозможно. Поэтому выход из такой ситуации- перенесение беседы либо вовсе отказ от беседы.

## 3. Барьер первого впечатления

Преодоление барьера первого впечатления носит двойной характер. Сюда можно отнести такие составляющие как манера одеваться, манера выражать свои мысли, умение держать осанку, невербальные проявления. Для эффективности процесса коммуникации партнерам по общению необходимо осознавать, что внешний вид не играет важную роль. Важным является умение правильно излагать свои мысли.

Пути преодоления барьеров речи.

### 1. Логический барьер

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

## ЭССЕ

Коммуникация-это процесс, посредством которого мы передаем свое сообщение кому-то или группе людей. И если сообщение передается ясно, то это называется эффективной коммуникацией, коммуникация становится успешной только в том случае, если получатель понимает то, что пытается передать отправитель. Когда наше сообщение не совсем понятно, мы должны понимать, что сталкиваемся с барьером для общения. Коммуникация подразделяется на следующие виды коммуникации: на вербальную коммуникацию- здесь главным моментом является язык, он может выполнять следующие функции: диалог, обмен мыслями(коммуникативная), влиять на человека через слова(апеллятивная), передавать эмоции посредством языка, выражать чувства(экспрессивная), накапливать, сохранять, передавать информацию(аккумулятивная); на невербальную

коммуникацию- передача информации без использования языковых средств, так называемый язык тела здесь играет самую важную роль, также не мало важную роль играют позы, жесты, мимика (кинестика); прикосновение к собеседнику во время разговора (тактильное поведение); восприятие запахов, вкуса, звуков, ощущение «тепла или холода» (сенсорика); ритм, тембр голоса, темп, интонация (паравербальный спектр); письменная коммуникация- это передача информации на бумажных, магнитных, лазерных носителях. Наиболее часто используются при написании отчетов, докладов, оформлении объявлений, информирования широкого круга пользователей информации, возможность обоснованно подготовить сообщение, привести его в соответствие к стандартным требованиям (лаконичность, системность изложения, корректность, полнота); визуальная коммуникация- передача информации посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики) с одной стороны и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) с другой.

Каждый раз, когда мы говорим или слушаем, есть вещи, которые мешают четкой коммуникации—вещи, которые мешают получателю получить сообщение от отправителя. Эти помехи называются "шумом", и существуют различные типы шума, которые могут привести к неправильной интерпретации сообщения. Например, 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, также сюда относятся языковые барьеры, психологические барьеры, физические барьеры, физиологические барьеры.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В мире есть различные виды коммуникаций, и на каждый вид коммуникации приходится различные «барьеры» и «шумы». Чтобы барьеры не заставляли искажать нашу информацию при донесении ее собеседнику, и не происходило недопонимания, обиды, агрессии, злости, слез, и других негативных эмоций, нужно стараться узнать собеседника, разглядеть как настроен психологически и эмоционально на разговор, и если, возникают какие- то барьеры в этот момент, обходить их различными путями для их преодоления.

# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

## КНИГИ:

1. Василика М.А. Основы теории коммуникации. – М.: Гардарики, 2007.-с.56
2. Зуляр.Ю.А. Массовые коммуникации в рекламе. – Иркутск, 2006. с.10
3. Коновченко.С.В. Средства массовой информации- Россия.- Изд-во РАГС, 2004.- с.74
4. Липатова.Т.В. Вербальные и невербальные средства коммуникации и их место в системе языка.- вестник РУДН, Москва, 2015
5. Савинова С. В., Харунжева А. А. Подходы к определению свойств и функций визуальных коммуникаций и их классификация // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 18.

## ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ:

1. Конечкая В.П. Социология коммуникаций, 1997 ссылка на доступ: <http://libed.ru/knigi-nauka/760657-1-sociologiya-kommunikacii-koneckaya-koneckaya-sociologiya-kommunikaciy-uchebnik-m-mezhdunarodniy-universitet-biznesa.php>
2. Кузнецова.И.В. курсовая работа: «визуальная коммуникация в рекламных кампаниях» ссылка на доступ: <https://www.bestreferat.ru/referat-213700.html>
3. Курсовая работа на тему: «Виды визуальной коммуникации и их характеристики» ссылка на доступ: [https://revolution.allbest.ru/marketing/00557195\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/marketing/00557195_0.html)
4. Курсовая работа на тему: «Барьеры коммуникации» ссылка на доступ: <https://www.bestreferat.ru/referat-217995.html>
5. Курсовая работа на тему: «барьеры массовой коммуникации» ссылка на доступ: <https://psy.bobrodobro.ru/1683>
6. Лекция4. «Виды и типы коммуникации» ссылка на доступ: <https://helpiks.org/8-59928.html>
7. Пыркина.Т.Н. «вербальные и невербальные средства выражения согласия и несогласия в речи на неродном языке».- Череповец,2016 ссылка на доступ: [http://yspu.org/images/f/f3/Диссертация\\_Т.Н.Пыркина.pdf](http://yspu.org/images/f/f3/Диссертация_Т.Н.Пыркина.pdf)
8. Сайранова.Ю.С., магистр ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ» Россия, г.Уфа ссылка на доступ: [https://www.iupr.ru/domains\\_data/files/zurnal\\_21/Sayranova%20Yu.S.%20Verbalnaya%20k](https://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_21/Sayranova%20Yu.S.%20Verbalnaya%20k)