**Введение**

коммуникация управление психологический

Так как люди являются существами социальными, коммуникация играет важную роль в жизни каждого человека. Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов. Можно, так же, без преувеличения считать коммуникацию фундаментальной основой существования общества.

Нужно понимать, что эволюция человеческой цивилизации, развитие технической, культурной, экономической, социальной и всех других сфер было бы невозможно без этого процесса, свойственного всему живому в нашем мире, а в особенности - людям.

Известно, что с давних времен философы, социологи, политологи, психологи и представители других наук всегда, в той или иной мере, интересовались вопросом о проблемах человеческого общения.

Ведь учитывая то, что коммуникация - это процесс передачи информации, в частности, между людьми (или группами людей), который направлен на какой-то конкретный результат, очевидно, что чем эффективнее будет сам коммуникативный процесс, тем более вероятно, что он приведет к ожидаемому результату.

Низкая эффективность коммуникаций приводит к проблемам в жизни человека и общества. При этом так, как коммуникации пронизывают собой все сферы человеческой деятельности, неэффективный коммуникативный процесс может привести к самым нежелательным результатам. Например, в масштабах конкретного человека, неэффективный коммуникативный процесс может привести к разладам в семье, неудачах на работе, а неэффективная коммуникация в международном масштабе может привести к необратимым последствиям.

Именно поэтому изучение и понимание проблем процесса коммуникации, его эффективности, факторов и путей повышения эффективности является необходимостью для успешной жизнедеятельности современного человека. Актуальность данной курсовой продиктована этой необходимостью.

Цель курсовой работы - изучить эффективность процесса коммуникации, факторов и показателей.

Задачи курсовой работы:

Изучить понятие коммуникации, виды, средства коммуникации

Охарактеризовать цели, функции, модели и показатели эффективной коммуникации

Рассмотреть методы и факторы эффективной коммуникации

Объектом исследования выступает коммуникация.

Предмет исследования - эффективность коммуникации.

Методы исследования: анализ, классификация, синтез

Научную базу курсовой работы составили учебники и статьи, посвященные изучению проблемы эффективности коммуникации. Таких авторов, как Василик М.А., Науменко Т.В., Ганатюк О.Л.

**1. Коммуникация: понятие, виды, средства**

**.1 Понятие коммуникации**

Слово коммуникация происходит от лат. communico - делаю общим, связываю, общаюсь. Коммуникация - механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включающий в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (опр. Кули).

Коммуникация - сложное и многогранное явление, представляющее собой необходимое условие и фундаментальную основу существования человеческого общества и природных сообществ.

Впервые в научный оборот понятие «communication» (и «mass-communication») ввел американский социолог Чарльз Хортой Кули (1864-1929) в 20-е гг. прошлого века в работе «Социальный процесс», после этого начался интенсивный процесс разработки концептуальных подходов к осмыслению сущности, природы и особенностей различных уровней, форм и видов социальной коммуникации, или Human communication. Кули определял коммуникацию, как механизм, с помощью которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, и этот механизм включает в себя все мыслительные символы и средства их передачи в пространстве и сохранения во времени.

Изучением такого явления, как коммуникация занимаются великое множество наук, таких как лингвистика, психология, философия, социология, культурология, риторика и другие.

Философия видит в коммуникации одно из атрибутивных свойств материи, обусловленных материальным единством мира и, следовательно, взаимосвязью, взаимозависимостью явлений и процессов действительности. Коммуникация по-разному проявляется на разных уровнях организации материи: от универсальной способности отражения как свойства явлений живой и неживой природы до сложнейшего и многогранного мира человеческого общения.

Социология, изучая структуру общества и динамику общественного развития, большое значение уделяет проблемам коммуникации, поскольку в фокусе ее внимания оказываются проблемы связей и отношений различных социальных субъектов. Важно, что коммуникация - не только социальное, но и природное явление, следовательно, ее всестороннее изучение выходит за рамки социологии.

Лингвистика занимается проблемами вербальной коммуникации - возникновением и развитием языка и речи (устной и письменной, диалогической и монологической) как важнейших средств человеческого общения. На стыке лингвистики, логики, философии и других наук находится семиотика, изучающая коммуникацию как передачу знаков или обмен знаками.

В связи с тем, что изучением такого явления как коммуникация занимается большое количество наук, на сегодняшний день существует великое множество определений понятия «коммуникация». Среди этого многообразия можно выделить следующие основные значения:

Универсальное. В этом смысле коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира.

Техническое значение соответствует представлению о коммуникации как о пути сообщения, связи одного места с другим, средствах передачи информации и других материальных объектов из одного места в другое.

Биологическое понятие коммуникации широко используется в биологии, при исследованиях разнообразных сигнальных средствах общения у животных, птиц, насекомых и прочих существ.

Социальное, используется для описания и характеристики разнообразных связей и отношений, которые возникают в человеческом обществе. В широком смысле социальная коммуникация понимается, как процессы социального взаимодействия между людьми как объектами и субъектами социальных процессов, взятых в их информационно-знаковом аспекте. В более узком смысле объектом теории коммуникации является именно социальная коммуникация, как субъект субъектное взаимодействие, опосредованное информацией, имеющей смысл для обоих субъектов.

Сам же процесс коммуникации состоит из нескольких обязательных элементов: адресант, сообщение, код, канал коммуникации и, непосредственно адресат.

Адресант (коммуникатор-источник) формирует сообщение, которое содержит какую-либо информацию (идею, мысль, приказ и др.), и кодирует это сообщение теми или иными знаками. Это могут быть как знаки вербальной коммуникации, так и невербальной. Таким образом сообщение передается получателю в закодированном состоянии.

Код коммуникации представляет собой порядок, сочетание знаков и символов, в виде которых сообщение будет передано получателю по коммуникационному каналу. В свою очередь, канал коммуникации выступает, как материальный носитель процесса передачи информации. Каналы коммуникации бывают естественные (тембр голоса, мимика лица и др.) и созданные (радио, телевидение).

Сообщение, отправленное коммуникатором-источником, передается по каналу в виде кода, а задача адресата получить это сообщение и произвести его декодирование. От того насколько получатель закодированного сообщения правильно декодирует его, будет зависеть успешность коммуникативного процесса.

Таким образом, рассмотрение вопроса об эффективности коммуникации имеет непосредственное отношение к качеству донесения нужной информации до получателя. Зная критерии и факторы эффективности, можно уже на этапе планирования коммуникативного акта выбрать наиболее подходящие и действенные способы его осуществления.

**1.2 Виды коммуникации**

Коммуникация представляет собой сложный многоэлементный процесс, который включает в себя множество разнообразных видов. Принято выделять следующие виды:

Внешние и внутренние коммуникации

Горизонтальные и вертикальные

Межличностные, групповые и массовые

Вербальные и невербальные

Формальные и неформальные коммуникации

Внешние коммуникации - это коммуникации между организацией и средой. Факторы внешней среды, зачастую, оказывают большое влияние на деятельность организации. От этих факторов зависят коммуникационные потребности организации.

Организации пользуются различными инструментами коммуникаций с составляющими своего внешнего окружения. Например, со своими потребителями организации общаются посредством рекламы. В отношениях с общественностью основное внимание уделяется созданию того или иного образа, имиджа организации на местном, общенациональном или международном уровне.

Внутренние коммуникации - это коммуникации, которые происходят, например, внутри организации между различными уровнями и подразделениями. Также существует коммуникация внутриличностная, которая связанна с самооценкой, самовыражением, поисками смысла жизни и саморазвития каждого отдельного индивида.

Вертикальные коммуникации представляют собой процесс передачи информации с уровня на уровень. Под уровнями нужно понимать социальное положение, должность и др. Наиболее ярким примером вертикальных коммуникаций являются отношения между руководителем и подчиненным, педагога и ученика, родителя и ребенка.

Горизонтальные коммуникации - это коммуникации которые происходят на одном уровне. Например, сверстники, друзья, люди занимающие аналогичные должности.

Особенностью межличностных коммуникаций является то, что они представляют собой процесс одновременного воздействие коммуникантов друг на друга. Межличностная коммуникация подразумевает диалог.

Явление групповой коммуникации возникает прежде всего При непосредственном общении людей в малых группах. Групповой коммуникации присущи такие особенности, как совокупность позиций членов группы относительно получения и хранения значимой для группы информации групповое влияние и др.

Массовая коммуникация. В документах Международного симпозиума по правам человека и массовой коммуникации (Зальцбург, 1968) дано следующее ее определение: «массовая коммуникация возникает тогда, когда публичное сообщение передается одновременно численно большой и рассредоточенной аудитории». Массовая коммуникация представляет собой процесс производства и передачи информации большому количеству людей.

О вербальной коммуникации следует сказать, что она представляет собой устное взаимодействие коммуникантов и применяется за счет знаковых систем, главной среди которых является язык. Язык как знаковая система является универсальным средством выражения человеческих мыслей, рассуждений и средством общения.

Невербальная коммуникация понимается, как средство информации, представляющее собой систему невербальных знаков и символов, которые используются для передачи сообщения. Однако, также невербальная коммуникация отождествляется с таким понятием, как невербальное поведение. Под этим понятием следует понимать социально обусловленную систему взаимодействия, в которой, в совокупности, присутствуют непроизвольные, неосознаваемые комплексы движений и жестов, выражающие личностную неповторимость человека.

**1.3 Средства коммуникации**

Самым распространенным видом коммуникации между людьми является вербальная коммуникация.

Как известно, средством вербальной коммуникации является язык, который представляет собой систему знаков и реализуется посредством речи. Человеческая речь является универсальным способом передачи информации.

При осуществлении коммуникации с помощью речи искажения информации могут быть обусловлены лингвистическими, экстралингвистическими и акустико-произносительными причинами или графическим обликом сообщения в письменной речи.

Лингвистические искажения связаны с недостаточной отточенностью фразы, чрезмерной усложненностью сообщения, неправильным синтаксическим оформлением и другими. Экстралингвистические помехи обусловлены запасом знаний получателя сообщения.

В свою очередь, невербальные коммуникации представляют собой обмен информацией без помощи слов. Средствами невербальной коммуникации выступают жесты, мимика, интонационные акценты голоса и другие.

Психологи считают, что чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения. Во-первых, это обусловлено тем, что с помощью визуального канала люди воспринимают приблизительно 70% информации. Во-вторых, правильное декодирование невербальных сигналов собеседника помогает лучше понимать его эмоции и мысли, а как следствие и сообщения, которые он посылает. Особенно ценны невербальные сигналы потому, что чаще всего они спонтанны и бессознательны, а значит искренни.

Как упоминалось выше основными средствами невербальной коммуникации являются интонации, жесты и мимика.

Интонации относятся к паралингвистическим невербальной коммуникации, так как громкость, темп, ритм и высоту звука. Кроме паралингвистических существуют экстралингвистические компоненты. К ним относят атипические индивидуальные особенности произношения - речевые паузы, смех, покашливание, вздохи, плач, заикание и другие.

Также средствами невербальной коммуникации является мимика и взгляд. Мимика - координированные движения мышц лица, отражающие состояние, чувства, эмоции. К мимике относят все изменения, которые можно наблюдать на лице человека, включая и психосоматические процессы, например, покраснение или побледнение.

Говоря о точности восприятия экспрессии лица, необходимо отметить, что отдельные мимические зоны лба, глаз, рта, левой и правой половины лица действуют как звенья одной цепи, вследствие чего имеет смысл рассматривать не только их частные характеристики, но и целостную мимическую активность.

Следующим средством невербальной коммуникации являются жесты. Обычно их разделяют на группы:

. Жесты-иллюстраторы (жесты, подкрепляющие сообщение. Иллюстраторами могут быть как движение рук, хотя движение бровей, мимика лица также могут быть иллюстраторами)

. Жесты-регуляторы (кивки, осознанные движения руками и др.

. Жесты-эмблемы (заменители слов, ярким примером является рукопожатие)

. Жесты-адаптеры (связанны с привычками человека, почесывание, теребление волос и другое)

. Жесты-аффекторы (жесты выражающие эмоции)

. Микрожесты

При общении средства невербальной коммуникации способствуют лучшему восприятию информации, помогают выражать эмоции, регулировать процесса коммуникации.

**2. Модели, функции и показатели эффективности коммуникации**

**.1 Модели коммуникации**

Модели коммуникационного процесса представляю собой некий алгоритм, познавательную процедуру, которая способствует пониманию того, как реально осуществляются процессы коммуникации. Те или иные модели коммуникационного процесса имеют практическое значение для объяснения уровней, форм и видов социальной коммуникации.

Существуют различные модели коммуникативного процесса: линейные и нелинейные, двухступенчатые и многоступенчатые, циркулярные, диффузные, лингвистические, модели, описывающие массовую и межличностную, вербальную и невербальную коммуникации, рекламные и PR - коммуникации, поскольку существуют различные уровни, формы и виды социальной коммуникации.

Одними из первых моделей коммуникации являются модели речевой коммуникации Аристотеля и Квинтиллиана.

Аристотель в своей работе «Риторика» описал модель речевой коммуникации, которая состоит из следующих элементов: оратор - речь - слушатель. Он полагал, что успешная, т.е. убеждающая речь получается за счет взаимодействия трех компонентов:

Логоса или содержания-то что сообщает оратор, его интеллектуальные качества

Пафоса - эмоциональных переживаний оратора которые отражаются в его словах и жестах

Этоса - комплекса качеств оратора, совокупность которых формирует к нему доверие со стороны слушателей.

Практическая значимость модели речевой коммуникации Аристотеля состоит в том, что она и сегодня может быть использована как руководство для подготовки успешной публичной речи.

Римский оратор Марк Фавий Квинтиллиан создал трактат «Об образовании оратора», в котором обоснованы принципы и описаны технологии красноречия, структура публичной речи, этапы ее подготовки. Он предложил развернутую модель публичной коммуникации, состоящую из следующих элементов:

кто говорит (коммуникатор)

что говорит (сообщение)

какими средствами (канал)

зачем (цели и намерения коммуникатора)

где и когда (контекст)

кому (адресат)

Эта модель использовалась в ораторском искусстве и в системе гуманитарного образовании вплоть до XX в.

Модели Аристотеля и Квинтиллиана можно считать моделями речевой коммуникации, успешной публичной речи, но никакой другой, так как они представляют собой односторонние модели и не подразумевает обратной связи.

В 1948 г. американский ученый Г. Лассуэлл предложил модель коммуникации, которая была разработана на основе опыта ведения пропаганды в армейских подразделениях во время Второй мировой войны. Эта модель в равной мере могла быть использована для анализа любого коммуникативного действия, которое раскрывается по мере ответа на последовательно возникающие вопросы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кто? | Сообщает что? | По какому каналу'? | Кому? | С каким эффектом? |
| Коммуникатор | Сообщение | Канал | Получатель | Эффект |
| Анализ управления | Анализ содержания | Анализ средств и каналов | Анализ аудитории | Анализ результатов |

Рис. 1 - Формула Лассуэлла

В 1967 г. на Международной конференции в Индии Лассуэлл дополнил свою формулу-модель следующими элементами: кто, с какими намерениями, в какой ситуации, употребляя какую стратегию, достигает какой аудитории и с каким результатом.

Также одной из наиболее известных моделей коммуникации является модель Шеннона - Уивера. Эта модель основана на аналогии с телефонной связью.



Рис. 2 - модель Шеннона - Уивера

Эта модель коммуникационного процесса впервые включала понятие шумов, или барьеров коммуникации. Модель Шеннона - Уивера позволяет измерять качество передачи информации от источника к получателю и определять те факторы, которые могли повлиять на эффективность коммуникации, а именно - выявлять барьеры, шумы.

Описанные выше модели коммуникации являются линейными, они описывают, как работают однонаправленные коммуникации (те что не подразумевают обратной связи). Примерами линейно коммуникации является реклама, публичные выступления.

Кроме однонаправленных моделей существуют модели двусторонние, которые, в свою очередь, для которой характерна обратная связь.

Примером такой модели коммуникации является модель де Флера. Де Флер учел главный недостаток линейной модели Шеннона-Уивера - её однонаправленность. Де Флер замыкает цепочку следования сообщения от адресанта до получателя петлей обратной связи, которая повторяет весь путь в обратном направлении.

Также существует так называемая циркулярная (циклическая) модель коммуникации, предложенная учеными У. Шраммом и Ч. Осгудом. Авторы этой модели уделяли особое внимание проблеме интерпретации сообщения. Так как каждый участник коммуникации понимает смысл сообщения согласно каким-либо своим критерия, то в процессе коммуникации появляется семантический шум. Шрамм и Осгуд пришли к выводу, что минимизировать последствия этого шума можно и сделать коммуникационный процесс более эффективным можно с помощью обратной связи.



Рис. 3 - модель Осгуда-Шрамма

В данной курсовой работе даны описания лишь небольшому количеству существующих моделей коммуникации. На сегодняшний день учеными представлено множество различных моделей коммуникативного процесса: линейные и нелинейные, двухступенчатые и многоступенчатые, циркулярные, диффузные, лингвистические и другие. Каждая из существующих моделей описывает те или иные аспекты коммуникационного процесса. Две модели коммуникации как эффективного общения (речевого и невербального) были описаны еще античными авторами, а большинство других моделей - в XX в. представителями целого ряда наук.

**2.2 Цели и функции коммуникации**

Как было упомянуто выше, коммуникация - это процесс передачи информации, который направлен на какой-то конкретный результат, в зависимости от выбранной цели. Следовательно, для того что бы судить о степени эффективности того или иного процесса коммуникации необходимо изучить цели этого процесса.

Основная цель коммуникативного процесса - достижение принимающей стороной точного понимания смысла, переданного ей сообщения. Также можно выделить побочные цели коммуникации:

Предупредительная

Информирующая

Объяснительная

Развлекательная

Описательная

Убеждающая

Как правило, человек вступает в процесс коммуникации желая удовлетворить те или иные потребности. Это могут быть естественные потребности, такие как желание утолить жажду или голод, так и потребности, обусловленные культурой, социальные потребности.

Чаще всего в пределах одной коммуникации бывает реализовано несколько целей (фильм может и развлекать, и информировать, и описывать, и предупреждать, и объяснять).

Говоря о функциях коммуникации, нужно сказать, что в литературе нет о них единого мнения. Однако, чаще ученые выделяют следующие основные функций коммуникации:

Информационная функция

Социальная функция

Экспрессивная функция

Прагматическая функция

Интерпретативная функция

Информационная функция понимается как обмен между собеседниками сообщениями, мыслями, идеями, решениями. Информационный обмен может совершаться как ради достижения какой-то практической цели, решения какой-либо проблемы, так и ради самого процесса коммуникации, поддержания отношений между людьми.

Социальная функция проявляется в формировании и развитии культурных навыков взаимоотношения людей. Эта функция формирует человеческие мнения, мировоззрение. С помощью этой функции коммуникации большинству членам общества обеспечивается приобретение некоторого уровня культурной компетенции, с помощью которой становится возможным их нормальное существование в данном обществе.

Экспрессивная функция подразумевает выражении чувств, эмоций в процессе коммуникации через вербальные и невербальные средства. В ходе проявления этой функции в процессе коммуникации в собеседнике пробуждаются нужные эмоциональные переживания, которые в свою очередь способны изменить собственное эмоциональное состояние.

Регламентировать поведение и деятельность участников коммуникации, координировать их совместные действия позволяет прагматическая функция.

Интерпретативная функция направлена, в первую очередь, на понимания своего собеседника (его намерений, установок, переживаний, состояний) Ведь различные средства коммуникации не только отражают события окружающей действительности, но и интерпретируют их в соответствии с определенной системой ценностей и политических ориентиров, мировоззрения.

Функциональный анализ коммуникации дает возможность выявить ту социальную роль, которую она выполняет в обществе, отвечая на вопрос, почему осуществляется коммуникация.

**2.3 Показатели и факторы эффективности коммуникации**

Как уже было сказано, эффективным или успешным, следует считать процесс коммуникации, который привел к тому, что была выполнена цель, из-за которой этот коммуникационный процесс был начат. Если цель коммуникации была реализована это значит, что информация была правильно расшифрована и понята адресатом.

Однако, успех коммуникации определяется целым рядом показателей, важнейшими из которых являются прагматический и социально-психологический аспекты. В первом случае эффективность коммуникации определяется достижением поставленной цели и успешностью преодоления препятствий, возникших в ходе ее достижения. С социально-психологической точки зрения важнейшим является удовлетворенность от самого процесса общения. Это позволяет избегать таких трудностей, как напряженность, скованность и зажатость. Иными словами, это субъективное ощущение, связанное с чувством полноценности и стабильности межличностных отношений при отсутствии страхов, подозрительности и чувства одиночества.

В вербальных коммуникациях показателями эффективной коммуникации являются такие: как поняли друг друга участники общения, как отреагировали на слова и поведение собеседника, какими действиями подтвердили правильность восприятия в обратной связи.

Например, эффективность делового разговора зависит не только от
профессиональной компетентности участников, но и от манеры поведения, речевой культуры и умения слушать.

Вообще, к основным показателям эффективности межличностных коммуникаций относится достижение коммуникантами определенного уровня межличностного восприятие.

Важным показателем успеха межкультурных коммуникаций является понимание культуры, мировоззрения, системы ценностей собеседника. В случае, когда представители разных культур также являются носителями разных языков, необходимо помнить, что языковой барьер будет способствовать тому, что собеседники будут уделять большее внимания невербальным знакам. Важно помнить, что значение некоторых из них в разных культурах могут отличаться.

В случае массовых коммуникаций - универсальной характеристикой эффективности этого вида коммуникаций принято считать численность аудитории, которая охватывается информационным воздействием. Также для оценки эффективности массовых коммуникаций используют такие показатели: донесение информационных сообщений до аудитории в том контексте, который составлен коммуникаторами; освещение событий с особой точки зрения, представляющей прежде всего позицию коммуникатора; создание особого морально-психологического состояния в конкретных социальных группах или у всей аудитории; формирование психологической готовности социальных групп к активным действиям и т.д.

**3. Методы эффективной коммуникации. Барьеры**

**.1 Методы эффективной коммуникации**

Методы достижения эффективной коммуникации напрямую зависят от вида коммуникаций в котором они применяются. Например, в межличностных коммуникациях собеседникам для достижения эффективности процесса коммуникации, очень важно достичь определенного уровня восприятия друг друга.

Существует много способов достижения высокого уровня эффективности вербальной коммуникации. Во-первых, необходимо формировать свои сообщения таким образом, чтобы они были понятны собеседнику. Здесь следует уделить внимание содержанию сообщения (основываясь на знания, квалификацию собеседника), дикции, интонации и другим элементам коммуникации. Учитывая, что наиболее эффективной формой коммуникации является диалог, коммуникантам, также, необходимо вырабатывать навыки слушателя.

Стандартный диалог подразумевает следованию некоторых принципов, так называемых коммуникативных максим П. Грайса:

Максима кооперации предполагает готовность партнеров к сотрудничеству;

Максима количества. Каждый должен вносить в разговор достаточно, но не слишком много информации;

Максима качества предписывает правдивость высказываний;

Максима релевантности. Согласно ей, реплики должны быть уместны и отвечать текущему контексту диалога;

Максима способа коммуникации требует избегать неясности, двусмысленности.

Невербальная коммуникация происходит одновременно с вербальной. Мы смотрим на своего собеседника, изучая его внешний вид, жесты, мимику. Слушая мы обращаем внимание на такие элементы как интонация, тембр голоса и другие знаки, которые осознанно или нет посылает адресант.

Однако, невербальные знаки могут выступать, как средство дополняющее речь, а также, как единственный способ общения.

Наиболее распространенными методами достижения эффективности коммуникации, затрагивающими паралингвистические компоненты невербальной коммуникации, относятся:

Изменение уровня громкости голоса (например, громче произносятся те фразы, на смысл которых адресант хочет обратить особенное внимание)

Расстановка интонационных акцентов

Расстановка пауз (для предоставления собеседнику права высказаться, для подкрепления тех или иных слов и фраз и др.)

Психологами выделяется несколько приемов невербальной коммуникации. Самым известным из них является метод «отзеркаливания» поз и жестов собеседника. Цель этого метода состоит в выработке ощущения взаимодействия с партнеров.

Также существуют методы невербальной коммуникации, которые затрагивают элементы мимики и жестов человека. Один из таких методов - метод сосредоточения взгляда то на одном, то на другом слушателе, при публичном выступлении. Как показывает практика этот прием помогает в большей степени заинтересовать слушателей.

В массовых коммуникациях также широко используются невербальные средства. Например, в рекламе, транслирующейся по телевидению, радио и другим электронным каналам, используются всяческие визуальные, аудиальные эффекты, графические символы и др.

Методов достижения эффективности коммуникационного процесса, предложенных представителями разных научных направлений (психологи, политологи, социологи и др.) великое множество. Знание основных методов и правил позволит комфортно и с высоким показателем эффективности участвовать в процессах коммуникации.

**3.2 Факторы понижения эффективности коммуникации**

Существует ряд факторов, снижающих эффективность коммуникации. Эти факторы обычно называют барьерами коммуникаций. Существует несколько таких барьеров.

Барьер восприятия.

Семантический барьер

Невербальные барьеры

Барьер плохого слушания

Логический барьер

Эмоциональный барьер

Понятие «барьер восприятия» связанно с тем, что человек реагирует не на события, которые непосредственно происходят, а на то как воспринимаются эти события. Здесь имеет место избирательность информационных источников, избирательное внимание, искажение, запоминание. К барьерам восприятия относят такие понятия, как, например, первое впечатление, предубеждение, стереотипы, эффект проекций и эффект порядка.

Здесь стоит пояснить эффект проекций и эффект порядка. Первый подразумевает наделения собеседника отрицательными или положительными качествами, которые характерны для коммуниканта. Это эффект возникает, когда один из участников процесса коммуникации наделяет свойственными себе качествами оппонента.

Эффект порядка заключается в том, что при общении с незнакомыми людьми больше доверяют и запоминают информацию, поступающую первой, а при общении с друзьями - информацию, поступающую последней.

Семантический барьер возникает при вербальной форме общения.

Семантические вариации часто становятся причиной неверного понимания. Значение используемых при общении символов выявляется через опыт и варьируется в зависимости от контекста. Это касается как отдельных слов (особенно иностранного происхождения или характеризующих личность, например, порядочность), так и словосочетаний («как можно скорее», «как только представится возможность»).

К невербальным барьерам коммуникаций относят визуальные барьеры, акустические, ольфакторные барьеры и тактильную чувствительность.

Визуальные барьеры проявляются в особенностях телосложения, походке, движениях рук, кожных реакции, психологических дистанциях и тому подобном.

Тактильная чувствительность заключается в особенностях каждого человека воспринимать прикосновения (рукопожатия, похлопывания, поцелуи и другое).

Нельзя забывать, что невербальная форма общения - это общение с помощью языка, предоставленного человеку природой, а значит невербальные коммуникации в большинстве случаев имеют бессознательную основу и свидетельствуют о действительных эмоциях участников коммуникаций. Ею трудно манипулировать и трудно скрывать в любой межличностной коммуникации.

Логический барьер возникает, тогда, когда логика рассуждения, предлагаемая коммуникатором, кажется неверной его партнеру по общению, противоречит присущей ему манере доказательств или слишком сложна для него.

Эмоциональный барьер проявляется в том, что слова обладают сильным эмоциональным зарядом и порождают ассоциации, вызывающие эмоциональную реакцию.

Проблема преодоления барьеров коммуникации, как правило, носит личностный характер. Однако умение избегать и преодолевать их способствует установлению успешных, эффективных коммуникаций.

**3.3 Пути повышения эффективности коммуникации**

С древних времен люди интересовались таким явлением, как коммуникация. Сегодня СМИ, организации, политики, бизнесмены и каждый отдельный человек, также, уделяют этому немало внимая.

Успех коммуникации определяется целым рядом показателей и зависит от множества факторов. Наиболее важным для эффективного процесса коммуникации является четкое понимание коммуникантами целей этого процесса. Чтобы добиться от получателя информации желаемых действий, необходимо передавать сообщения в четкой и ясной форме, не допускающей спорных толкований, обосновывать возможность выполнения получателем требуемых действий, показывать, что они не противоречат его собственным интересам.

Нельзя не обратить внимание на то, что развитие человеческого общества сопровождается развитием и изобретением новых способов и средств социальной коммуникации. В течении этого развития происходят такие важнейшие события, как возникновение речи, письменности, книгопечатания, радио и других электронных средств коммуникации. Появление новых усовершенствованных средств передачи информации оказывает непосредственное влияние на коммуникации в обществе.

Особенно заметно это влияние на примере массовых коммуникаций. Появление радио, телевидения, а затем и глобальной сети «Интернет» значительно расширило аудиторию и повысило скорость передачи информации.

Основным путем повышения эффективности коммуникации в современном мире является применение всей гаммы коммуникационных приемов и средств, нахождение новых способов передачи информации, совершенствование существующих.

**Заключение**

Изучение и понимание проблем процесса коммуникации, его эффективности, факторов и путей повышения эффективности является необходимостью для успешной жизнедеятельности современного человека.

В ходе выполнения курсовой работы были изучены такие понятия, как коммуникация, элементы, виды и средства коммуникации. Так же в курсовой работе подробно рассмотрены факторы и показатели эффективности коммуникации.

Было выяснено, что основная цель коммуникации - достижение принимающей стороной точного понимания смысла, переданного ей сообщения. Это значит, уровень эффективности процесса коммуникации определяется, в первую очередь, достижением поставленной цели и успешностью преодоления препятствий, возникших в ходе ее достижения.

Однако, успех коммуникации определяется целым рядом показателей, важнейшими, зависит от множества факторов. Например, факторами снижения эффективности коммуникации являются барьеры коммуникаций. Умение избегать и преодолевать их способствует установлению успешных, эффективных коммуникаций.

В ходе выполнения курсовой работы выло установлено, что, зная основные модели, виды и средства коммуникации, можно, опираясь на показатели и критерии эффективности коммуникационного процесса планировать процесс коммуникации так, чтобы он был успешен.

Основным путем повышения эффективности коммуникации в современном обществе является применение всей гаммы коммуникационных приемов и средств, нахождение новых способов передачи информации, совершенствование существующих.

**Список литературы**

1 Василик, М.А. Основы теории коммуникации/ М.А. Василик. - М.: Гардарики, 2003. 615 с.

2 Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Ваклер, 2006. 656 с.

3 Ганатюк, О.Л. Основы теории коммуникации / О.Л. Ганатюк. - М.: Кнорус, 2012. 256 с.

4 Стеблина С.А. Язык и межкультурная коммуникация/ С.А. Стеблина. - М.: Слово, 2001. 276 с.

5 Зарецкая Е.Н. Риторика, Теория и практика речевой коммуникации/ Е.Н. Зарецкая. - М.: Дело, 1998. 242 с.

6 Харитонов, М.В. Психология современных массовых коммуникаций/ М.В. Харитонов. - М.: СПБАУЭ, 2010. 28 с.

7 Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. - М.: Прайм-Еврознак, 2003. 448 с.

8 Ганатюк, О.Л. Основы теории коммуникации / О.Л. Ганатюк. - М.: Кнорус, 2012. 256 с.

9 Васильева В.П Психология массовой коммуникации: коммуникатор, аудитория, сообщение, каналы, эффекты и эффективность: Хрестоматия./ Челябинск, ЮУрГУ, 2007. Под ред. канд. филол. наук К.В. Киуру. - 265 с.

10 Науменко Т.В. Социология массово коммуникации: учебное пособие/ Т.В. Нуаменко. - М.: ЗАО Издательский дом «Питер», 2005. 288.с