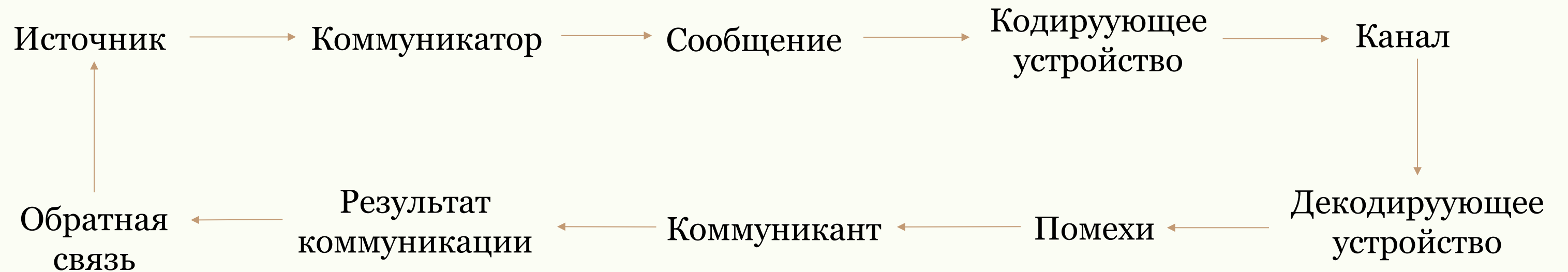
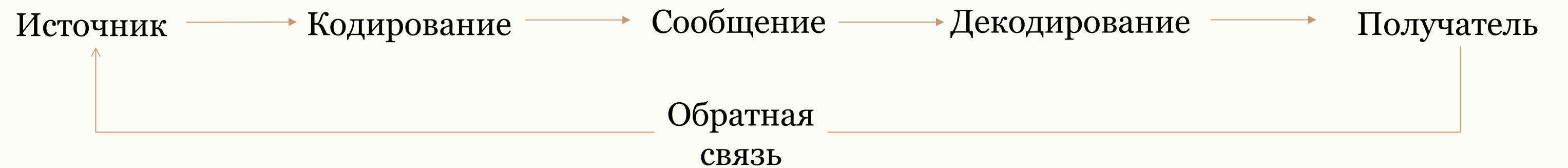




КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС

- **Коммуникация** — это связь, объектами которой могут быть люди и общности людей.
- **Информация** как предмет обмена может быть представлена сведениями, сигналами, сообщениями, образами.
- Таким образом, **коммуникация** — это совокупность компонентов, обеспечивающих **передачу информации**.



Канал информации обладает конечной **пропускной способностью**.

В процессе передачи и приема информации встречаются различные **барьеры**, мешающие коммуникации:

- **технические** (связанные с качеством техники);
- **географические** (связанные с ослаблением сигнала, проходящего над поверхностью Земли);
- **исторические** (чем дальше от нас событие во времени, тем сложнее понять действия его участников и окружающую их обстановку);
- **ведомственные** (ограничения, налагаемые на распространения информации и осуществляемые в интересах государства и частных лиц);
- **экономические** (нет денег, чтобы купить информацию);
- **социально-культурные** (нет потребности получать информацию);
- **языковые различия** (отсутствие знания иностранного языка);
- **культурно-национальная специфика** (связанная с различными взглядами на один и тот же предмет у разных народов, что является результатом воспитания и проживания в разной естественно-географической и культурной среде).

Основными факторами, повышающими значимость информации, являются:

- статус, квалификация информатора
- общая ситуация, тема сообщения и время её обнародования



Кодирование — это перевод на язык коммуникации идей, замыслов отправителя.

Код — это система правил, по которым осуществляется функционирование языка.

Сообщение – информация, закодированная с помощью символов.

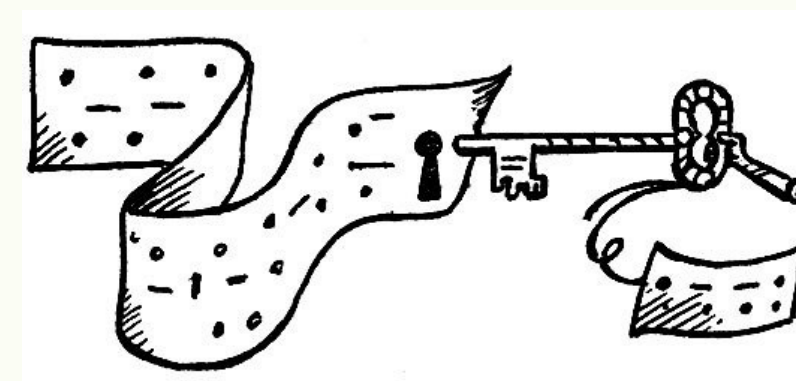
❑ **Эффективность сообщения зависит не только от содержания самого сообщения, но и от того:**

1. Кто его сделал
2. Как оно было сделано
3. Где и каким образом
4. Насколько оно аргументировано и убедительно
5. Невербальных компонентов общения (выражения лица, манере поведения, находчивости и др.)

Декодирование — это расшифровка сообщения.

❑ **Факторы эффективности дешифровки зависят от:**

1. Перевода его на язык общеизвестных терминов
2. Понимания смысла сообщения
3. Стереотипов мышления
4. Предвзятости мнения
5. Символов
6. Давления группы, к которой принадлежит дешифровщик
7. Создаваемых на пути сообщения коммуникационных барьеров
8. СМИ и др.



Получатель (адресат) - лицо, которому предназначено сообщение, или коммуникант, получающий информацию.

□ Сообщение может привести к нескольким различным последствиям:



1. Изменить установки
2. Вызвать действия
3. Вызвать сомнения
4. Не вызывать никаких последствий

□ Коммуникативные взаимоотношения строятся на четырех основных принципах

1. Эмоциональных чувствах, формализме
2. Интимности и схожести
3. Непосредственности и симпатии
4. Доминировании-подчиненности

Средства коммуникации:

- **Презентационные** — голос, лицо, тело человека, т.е. средства данные ему от природы
- **Репрезентационные** — искусственные средства типа книг, картин, фотографий, плакатов, и т.д.
- **Технические** — радио, телеграф, телефон, телевизор и другие электронные и механические средства

На процесс приема и передачи информации *сильнейшее воздействие* оказывает **социальная среда** — то *социальное окружение*, в котором находятся люди, вступающие между собой в коммуникационный процесс и которая отвечает за их ценностную ориентацию.

Все социальные системы можно разделить на:

- жесткие и закрытые;
- мягкие и открытые;
- промежуточные варианты между первыми двумя.



Информация — то, что передается в ходе процесса коммуникации

Информация:

1. Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством.
2. Сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-нибудь. (Научно-техническая и газетная информации, средства массовой информации — печать, радио, телевидение, кино).

Информация и ее свойства являются объектом исследования целого ряда научных дисциплин, таких как *теория информации, кибернетика, семиотика, теория массовой коммуникации, информатика.*



ВИДЫ ИНФОРМАЦИИ:

□ ПО СПОСОБУ ВОСПРИЯТИЯ

- Визуальная
- Аудиальная
- Обонятельная
- Вкусовая
- Тактильная

□ ПО ОБЩЕСТВЕННОМУ ЗНАЧЕНИЮ

- Личная
- Массовая
- Специальная

□ ПО ФОРМЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

- Графическая
- Звуковая
- Текстовая
- Числовая
- Видеоинформация

Информация может иметь ряд ограничений по доступу к ней:

- ☐ **Открытая**
- ☐ **Ограниченного доступа** (защищаемая)
 - Государственная тайна
 - Конфиденциальная (служебная и коммерческая тайна, банковская, личная, семейная тайны и т.д.)

Выделяют следующие основные разновидности искаженной информации системы общества:

- ☐ «Объективная – фальсифицированная информация»
- ☐ «Системная – дезориентирующая информация»
- ☐ «Организованная – деморализующая информация»
- ☐ «Достаточная – энтропийная политическая информация»
- ☐ «Социализирующая»
- ☐ «Конкретная политическая информация» - «дезорганизующая информация»
- ☐ «Практичная информация» - «развращающая политическая информация»
- ☐ «Необходимая информация» - «дезинтегрирующая политическая информация»

Свойства информации как её качественные характеристики:

1. Объективность
2. Достоверность
3. Полнота
4. Актуальность
5. Ценность



К **социальной информации** относится *любая информация, циркулирующая в обществе*, которая обеспечивает выполнение им функций именно как социальной системы.

Социально значимая информация — это информация, включающая в себя помимо всего следующие сведения:

- о состоянии экономической сферы;
- об интересующих значительное количество людей событиях общественной жизни внутри страны и за рубежом;
- о деятельности политических партий и движений, лидеров общества и государства;
- о рынке труда и капитала и т.д.

Информационный обмен в социальных системах

Информационный обмен может рассматриваться:

1. В качестве объекта аналитической работы
2. В плане информационного воздействия на население
3. Как средство государственного управления

К сетям относятся:

1. Социальные сети, куда подпадают ключевые коммуникаторы.
2. Сети обсуждения, в рамках которых информация превращается из публичной в индивидуальную (информация не будет эффективной, если ее не будет сопровождать процесс обсуждения).
3. Сети достоверности, где происходит не потеря, а усиление достоверности сообщения.

Главными участниками информационного обмена в коммуникации являются коммуникатор и аудитория.

Выделяют три позиции коммуникатора:

- 1. Открытую**
- 2. Отстраненную**
- 3. Закрытую**

Аудитория по степени вовлеченности делится на:

- **«непублику»** — часть аудитории, минимально включенную в коммуникацию;
- **«сознающую публику»** - которая понимает, что она зависит от воздействия других, но не высказывает этого;
- **«латентную»** - не замечающую своей связи с другими людьми и организациями в коммуникативной ситуации;
- **«активную публику»** — которая включается в коммуникативные и организационные структуры для исправления ситуации.

Существует несколько подходов к определению публики:

- ❑ **Географический** — указывает на место проживания. В этом плане помогает информация о почтовых, телефонных кодах, границах городов.
- ❑ **Демографический** — определение по полу, возрасту, образованию, семейному статусу, доходам. Этот подход также часто не объясняет, почему люди ведут себя так или иначе.
- ❑ **Психографический** — психологические типы, жизненные типы, оценки, которые в комбинации с другими характеристиками лучше помогают понять аудиторию.
- ❑ **Должности** — должностные роли, а не люди часто определяют поведение.
- ❑ **Репутация** — это определение лидеров мнений в группах, от которых в сильной степени зависит выработка общего решения
- ❑ **Членство** — определение вхождения людей в те или иные социальные группы (например, принадлежность к партии)

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ

- **В Российской Федерации законодательством регулируются следующие действия, совершаемые с информацией:**

- Сбор и поиск (в том числе доступ к ней)
- Накопление и хранение
- Защита
- Распространение и предоставление
- Непредоставление
- Копирование
- Уничтожение
- Изменение (модификация)
- Блокирование
- Хищение, изъятие и утрата

- **Цели защиты информации:**

- Предотвращение утечки, хищения, утраты, искажения и подделки информации;
- Предотвращение угроз безопасности личности, общества и государства;
- Предотвращение несанкционированных действий по уничтожению, модификации, искажению, копированию, блокированию информации;
- Защита конституционных прав граждан на сохранение личной тайны и конфиденциальности персональных сведений;
- Сохранение государственной тайны и конфиденциальности информации.

Коммуникативная компетентность:

Термин «**коммуникативная компетентность**» впервые был употреблен в 1965 году американским лингвистом Д. Хаймсом.

Коммуникативная компетентность - умение общаться, быстро и чётко устанавливать деловые и дружеские контакты с людьми, хорошая осведомлённость в области коммуникаций (общения) и умение воплотить знания на практике.

Коммуникативная компетентность определяется как эффективность общения: способность и реальная готовность к речевому общению, адекватная целям, сферам и ситуациям общения, способность к речевому взаимодействию и речевому действию и включает:

- знание речевых норм, функционального использования языка;
- речевые умения и навыки;
- собственно-коммуникативные умения: выбор языковой нормы, сообразно ситуации;
- навыки речевого общения с учётом того, с кем, когда и с какой целью мы говорим.

Признаки коммуникативной компетентности:

- быстрая и точная ориентировка во взаимодействии;
- стремление понять друг друга в контексте конкретной ситуации;
- установка в контакте не только на дело, но и на партнёра;
- уверенность в себе, адекватно включённая в ситуацию;
- владение ситуацией, готовность проявить инициативу;
- большая удовлетворённость в общении и уменьшение нервно-психических затрат в процессе коммуникации;
- умение эффективно общаться в разных статусно-ролевых позициях.



Коммуникативная компетентность включает в себя:

- **языковой компонент** (формирование лексических и грамматических навыков);
- **речевой компонент** (смысловое, логическое построение высказывания, умение аргументировать свою позицию, вести дискуссию, задавать вопросы, слушать, устанавливать контакт);
- **учебно-познавательный компонент** (умение работать с информацией);
- **социокультурный компонент** (культура коммуникации в условиях сотрудничества, умение выслушать партнёра, встать на его позицию и сформулировать её);
- **этикетный и общекультурный компонент.**