

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

Кафедра «История и философия»

РЕФЕРАТ

по дисциплине «Социальные коммуникации. Психология»

на тему:

«Виды коммуникативных систем, их функции и эффективность»

Выполнил: студент группы 22СТ2м Петржиковский Н. А.

Направление подготовки: 08.04.01 «Строительство»

Проверил: д.и.н., проф. Королев А.А.

Работа защищена: _____

Пенза 2023

Содержание:

Введение.....	3
1. Концепция коммуникации.....	4
2. Типы коммуникаций.....	6
3. Средства связи.....	8
4. Коммуникационные модели.....	10
5. Цели и функции коммуникации.....	12
6. Показатели и факторы эффективности коммуникации.....	14
7. Методы эффективного общения.....	15
8. Факторы, снижающие эффективность коммуникации.....	16
9. Способы повышения эффективности коммуникации.....	18
Заключение.....	20
Список источников и литературы.....	21

Введение

Поскольку люди – существа социальные, общение играет важную роль в жизни каждого человека. Коммуникация пронизывает все аспекты жизни общества, социальных групп и отдельных лиц. Также можно без преувеличения рассматривать общение как фундаментальную основу существования общества. Вы должны понимать, что эволюция человеческой цивилизации, развитие технической, культурной, экономической, социальной и всех других сфер было бы невозможным без этого процесса, который характерен для всего живого в нашем мире, и особенно для людей.

Известно, что с древних времен философы, социологи, политологи, психологи и представители других наук всегда в той или иной степени интересовались проблемой человеческого общения.

Ведь, учитывая, что общение – это процесс передачи информации, в частности, между людьми (или группами людей), направленный на какой-то конкретный результат, очевидно, что чем эффективнее сам коммуникативный процесс, тем больше вероятность, что он будет привести к ожидаемому результату.

Низкая коммуникативная эффективность приводит к проблемам в жизни человека и общества. В то же время, поскольку коммуникации пронизывают все сферы человеческой деятельности, неэффективный коммуникативный процесс может привести к самым нежелательным результатам. Например, в масштабе конкретного человека неэффективный процесс общения может привести к семейным разладам, сбоям на работе, а неэффективное общение в международном масштабе может привести к необратимым последствиям.

Именно поэтому изучение и понимание проблем коммуникативного процесса, его эффективности, факторов и способов повышения эффективности – необходимость для успешной жизни современного человека.

1. Концепция коммуникации

Коммуникация – это механизм, с помощью которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, включая все ментальные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени (определение Кули).

Общение – сложное и многогранное явление, которое является необходимым условием и фундаментальной основой существования человеческого общества и природных сообществ.

Впервые понятие коммуникация (и массовая коммуникация) было введено в научный оборот американским социологом Чарльзом Ортой Кули (1864-1929) в 1920-х годах. прошлого века в работе «Социальный процесс», после чего начался интенсивный процесс разработки концептуальных подходов к пониманию сущности, сущности и характеристик различных уровней, форм и типов социальной коммуникации, или человеческого общения. Кули определил коммуникацию как механизм, с помощью которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений, и этот механизм включает в себя все ментальные символы и средства их передачи в пространстве и сохранения во времени.

Изучением такого явления, как общение, занимаются самые разные науки, такие как лингвистика, психология, философия, социология, культурология, риторика и другие.

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

Социология, изучающая структуру общества и динамику общественного развития, уделяет большое внимание проблемам коммуникации, так как в

центре ее внимания находятся проблемы связей и отношений различных социальных субъектов. Важно, что общение – это не только социальное, но и природное явление, поэтому его всестороннее изучение выходит за рамки социологии.

Лингвистика занимается проблемами речевого общения – возникновения и развития языка и речи (устной и письменной, диалогической и монологической) как важнейшего средства человеческого общения. На стыке лингвистики, логики, философии и других наук стоит семиотика, изучающая общение как передачу знаков или обмен знаками.

В связи с тем, что изучением такого явления, как коммуникация, занимается большое количество наук, сегодня существует великое множество определений понятия коммуникация.

Среди этого разнообразия можно выделить следующие основные ценности:

- Универсальная. В этом смысле общение рассматривается как способ соединения любых предметов материального и духовного мира.

- Техническое значение соответствует идее коммуникации как способа коммуникации, связи одного места с другим, средства передачи информации и других материальных объектов из одного места в другое.

- Биологическая концепция коммуникации широко используется в биологии при изучении различных сигнальных средств коммуникации у животных, птиц, насекомых и других существ.

- Социальная, используемая для описания и характеристики различных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В широком смысле под социальной коммуникацией понимаются процессы социального взаимодействия людей как объектов и субъектов социальных процессов, взятые в их информационно-знаковом аспекте. В более узком смысле объектом теории коммуникации является именно социальная коммуникация как субъект субъективного взаимодействия, опосредованного информацией, имеющей смысл для обоих субъектов.

Сам процесс коммуникации состоит из нескольких обязательных элементов: адресата, сообщения, кода, канала связи и непосредственно адресата.

Адресат (коммуникатор-источник) формирует сообщение, содержащее любую информацию (идею, мысль, приказ и т. д.), и кодирует это сообщение определенными знаками. Это могут быть как признаки вербального общения, так и невербальные. Таким образом, сообщение передается получателю в закодированном состоянии.

Код связи – это порядок, сочетание знаков и символов, в виде которого сообщение будет передано получателю по каналу связи. В свою очередь, канал связи выступает материальным носителем процесса передачи информации. Каналы коммуникации бывают естественными (тембр голоса, мимика и т. д.) и созданы (радио, телевидение).

Сообщение, отправленное коммуникатором-источником, передается по каналу в виде кода, и задача адресата – получить это сообщение и расшифровать его. Успех процесса связи будет зависеть от того, как получатель закодированного сообщения правильно его декодирует.

Таким образом, рассмотрение вопроса об эффективности коммуникации напрямую связано с качеством доставки необходимой информации получателю. Зная критерии и факторы эффективности, можно выбрать наиболее подходящие и эффективные методы ее реализации уже на этапе планирования коммуникативного акта.

2. Типы коммуникаций

Коммуникация – это сложный многоэлементный процесс, включающий множество различных типов. Принято выделять следующие виды:

- Внешние и внутренние коммуникации;
- Горизонтальная и вертикальная коммуникации;
- Межличностная, групповая и массовая;
- Вербальное и невербальное общение;
- Формальное и неформальное общение.

Внешние коммуникации – это коммуникации между организацией и окружающей средой. Факторы окружающей среды часто имеют большое влияние на деятельность организации. Коммуникационные потребности организации зависят от этих факторов.

Организации используют различные инструменты для взаимодействия с компонентами своей внешней среды. Например, организации общаются со своими клиентами с помощью рекламы. В связях с общественностью основное внимание уделяется созданию определенного имиджа, имиджа организации на местном, национальном или международном уровне.

Внутренние коммуникации – это коммуникации, которые происходят, например, внутри организации между разными уровнями и отделами. Также существует внутриличностное общение, которое связано с самооценкой, самовыражением, поиском смысла жизни и саморазвитием каждой личности.

Вертикальное общение – это процесс передачи информации с уровня на уровень. Под уровнями следует понимать социальный статус, положение и т. д. Наиболее ярким примером вертикальных коммуникаций являются отношения между лидером и подчиненным, учителем и учеником, родителем и ребенком.

Горизонтальные коммуникации – это коммуникации, которые происходят на одном уровне. Например, сверстники, друзья, люди на аналогичных должностях.

Особенностью межличностного общения является то, что они представляют собой процесс одновременного воздействия коммуникантов друг на друга. Межличностное общение предполагает диалог.

Феномен группового общения возникает прежде всего при непосредственном общении людей в небольших группах. Групповое общение характеризуется такими особенностями, как набор позиций членов группы относительно получения и хранения информации, значимой для группы, группового влияния и т. д.

Массовая коммуникация. В документах Международного симпозиума по правам человека и массовым коммуникациям (Зальцбург, 1968) дается его определение: массовая коммуникация происходит, когда публичное сообщение передается одновременно большой и рассредоточенной аудитории. Массовая коммуникация – это процесс производства и передачи информации большому количеству людей.

О вербальном общении следует сказать, что это устное взаимодействие коммуникантов, которое применяется через знаковые системы, основной из которых является язык. Язык как знаковая система – универсальное средство выражения человеческих мыслей, рассуждений и средство общения.

Под невербальной коммуникацией понимается средство информации, представляющее собой систему невербальных знаков и символов, которые используются для передачи сообщения. Однако невербальное общение также отождествляется с таким понятием, как невербальное поведение. Под этим понятием следует понимать социально обусловленную систему взаимодействия, в которой в совокупности присутствуют произвольные, бессознательные комплексы движений и жестов, выражающие личную уникальность человека.

3. Средства связи

Самый распространенный тип общения между людьми - вербальное общение.

Как известно, средством речевого общения является язык, который представляет собой систему знаков и реализуется посредством речи. Человеческая речь – универсальный способ передачи информации.

При общении с помощью речи искажения информации могут быть вызваны лингвистическими, экстралингвистическими и акустическими причинами произношения или графическим оформлением сообщения в письменной речи. Лингвистические искажения связаны с недостаточной резкостью фразы, чрезмерной сложностью сообщения, неправильным синтаксическим

оформлением и др. Внеязыковые помехи возникают из-за знания получателя сообщения.

В свою очередь невербальное общение – это обмен информацией без слов. Средствами невербального общения являются жесты, мимика, интонационные акценты голоса и другие.

Психологи считают, что чтение невербальных сигналов необходимо для эффективного общения. Во-первых, это связано с тем, что примерно 70% информации люди воспринимают через визуальный канал. Во-вторых, правильная расшифровка невербальных сигналов собеседника помогает лучше понять его эмоции и мысли, и, как следствие, сообщения, которые он отправляет. Невербальные сигналы особенно ценны, потому что они чаще всего являются спонтанными и бессознательными, а значит, искренними.

Как было сказано выше, основными средствами невербального общения являются интонация, жесты и мимика.

Интонация относится к паралингвистической невербальной коммуникации, такой как объем, темп, ритм и высота звука. Помимо паралингвистических, существуют экстралингвистические компоненты. К ним относятся нетипичные индивидуальные особенности произношения - паузы в речи, смех, кашель, вздохи, плач, заикание и другие.

Также средствами невербального общения являются мимика и взгляд. Мимикрия – согласованные движения мышц лица, отражающие состояние, чувства, эмоции. Выражение лица включает в себя все изменения, которые можно наблюдать на лице человека, включая психосоматические процессы, например, покраснение или бледность.

Говоря о точности восприятия мимики, следует отметить, что отдельные мимические зоны лба, глаз, рта, левой и правой половины лица выступают звеньями одной цепи, в результате чего имеет смысл рассматривать не только их особенности, но и целостная мимическая активность.

При общении невербальные средства коммуникации способствуют лучшему восприятию информации, помогают выражать эмоции и регулируют процесс общения.

4. Коммуникационные модели

Модели коммуникативных процессов представляют собой своего рода алгоритм, когнитивную процедуру, которая способствует пониманию того, как на самом деле выполняются коммуникативные процессы. Те или иные модели коммуникативного процесса имеют практическое значение для объяснения уровней, форм и типов социальной коммуникации.

Существуют различные модели коммуникативного процесса: линейные и нелинейные, двухэтапные и многоступенчатые, циркулярные, диффузные, лингвистические, модели, описывающие массовое и межличностное, вербальное и невербальное общение, рекламное и PR-общение, поскольку существуют разные уровни, формы и типы социального общения.

Одной из первых моделей общения являются модели речевого общения Аристотеля и Квинтилиана.

Практическое значение модели речевого общения Аристотеля заключается в том, что даже сегодня ее можно использовать как руководство для подготовки успешного публичного выступления.

Римский оратор Марк Фабий Квинтилиан создал трактат «О воспитании оратора», в котором обосновываются принципы и описываются технология красноречия, структура публичной речи, этапы ее подготовки.

Эта модель использовалась в публичных выступлениях и в системе гуманитарного образования до 20 века.

Модели Аристотеля и Квинтилиана можно считать моделями вербального общения, успешного публичного выступления, но никак иначе, поскольку они являются односторонними моделями и не предполагают обратной связи.

В 1948 году американский ученый Дж. Лассуэлл предложил модель коммуникации, разработанную на основе опыта ведения пропаганды в армейских частях во время Второй мировой войны. Эта модель в равной

степени может быть использована для анализа любого коммуникативного действия, которое разворачивается как ответ на последовательно возникающие вопросы.

Эта модель коммуникативного процесса была первой, в которой использовалась концепция шумов или коммуникационных барьеров. Модель Шеннона-Уивера позволяет измерить качество передачи информации от источника к получателю и определить те факторы, которые могут повлиять на эффективность коммуникации, а именно выявить препятствия и шумы.

Описанные выше модели коммуникации являются линейными, они описывают, как работает односторонняя коммуникация (те, которые не предполагают обратной связи). Примеры линейной коммуникации – реклама, публичные выступления.

Помимо однонаправленных моделей существуют двухсторонние модели, которые, в свою очередь, характеризуются обратной связью.

Примером такой коммуникативной модели является модель де Флера. Де Флер учел главный недостаток линейной модели Шеннона-Уивера – ее однонаправленность. Де Флер замыкает цепочку сообщения от адресата к получателю с помощью петли обратной связи, которая полностью повторяется в обратном направлении.

Существует также так называемая круговая (циклическая) модель коммуникации, предложенная учеными В. Шраммом и К. Осгудом. Особое внимание авторы модели уделили проблеме интерпретации сообщений. Поскольку каждый участник коммуникации понимает смысл сообщения в соответствии с некоторыми из своих критериев, в процессе коммуникации появляется семантический шум. Шрамм и Осгуд пришли к выводу, что обратная связь может использоваться, чтобы минимизировать влияние этого шума и сделать общение более эффективным.

В данной работе дается описание лишь небольшого числа существующих моделей коммуникации. Сегодня ученые представили множество различных моделей коммуникативного процесса: линейные и нелинейные, двухэтапные

и многоступенчатые, круговые, диффузные, лингвистические и другие. Каждая из существующих моделей описывает определенные аспекты процесса коммуникации. Две модели коммуникации как эффективного общения (вербальная и невербальная) были описаны древними авторами, а большинство других моделей было описано в 20 веке. представители ряда наук.

5. Цели и функции коммуникации

Как было сказано выше, коммуникация – это процесс передачи информации, который направлен на конкретный результат в зависимости от выбранной цели. Следовательно, чтобы судить о степени эффективности того или иного коммуникативного процесса, необходимо изучить цели этого процесса.

Основная цель процесса коммуникации – добиться точного понимания получающей стороной смысла переданного ей сообщения. Также можно выделить побочные цели общения:

- Предупреждающая;
- Информирование;
- Пояснительная;
- Развлекательная;
- Описательная;
- Убедительная.

Как правило, человек вступает в процесс общения с желанием удовлетворить определенные потребности. Это могут быть естественные потребности, такие как желание утолить жажду или голод, а также культурные потребности, социальные потребности.

Чаще всего в одном общении реализуются несколько целей (фильм может развлекать, информировать, описывать, предупреждать и объяснять).

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

- Информационная функция;

- Социальная функция;
- Выразительная функция;
- Прагматическая функция;
- Интерпретативная функция.

Под информационной функцией понимается обмен сообщениями, мыслями, идеями, решениями между собеседниками. Обмен информацией может осуществляться как ради достижения какой-то практической цели, решения проблемы, так и ради самого коммуникативного процесса, поддержания отношений между людьми.

Социальная функция проявляется в формировании и развитии культурных навыков во взаимоотношениях людей. Эта функция формирует человеческое мнение, мировоззрение. С помощью этой коммуникативной функции большинству членов общества обеспечивается приобретение определенного уровня культурной компетентности, с помощью которого становится возможным их нормальное существование в этом обществе.

Выразительная функция подразумевает выражение чувств, эмоций в процессе общения вербальными и невербальными средствами. Во время проявления этой функции в процессе общения в собеседнике пробуждаются необходимые эмоциональные переживания, которые в свою очередь способны изменить собственное эмоциональное состояние.

Прагматическая функция позволяет регулировать поведение и деятельность участников общения, согласовывать их совместные действия.

Интерпретативная функция направлена, прежде всего, на понимание 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 установок, мировоззрением.

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

6. Показатели и факторы эффективности коммуникации

Как уже было сказано, эффективным или успешным следует считать коммуникационный процесс, который привел к достижению цели, из-за чего этот коммуникационный процесс был запущен. Если цель сообщения была реализована, это означает, что информация была правильно расшифрована и понята адресатом.

Однако успешность общения определяется рядом показателей, наиболее важными из которых являются прагматические и социально-психологические аспекты. В первом случае эффективность общения определяется достижением поставленной цели и успешностью преодоления препятствий, возникших в процессе ее достижения. С социально-психологической точки зрения наиболее важным является удовлетворение от самого процесса общения. Это позволяет избежать таких трудностей, как натяжение, жесткость и жесткость. Другими словами, это субъективное ощущение, связанное с ощущением полноты и стабильности межличностных отношений при отсутствии страхов, подозрительности и чувства одиночества.

В вербальном общении показателями эффективного общения являются: насколько участники общения поняли друг друга, как они отреагировали на слова и поведение собеседника, какие действия подтвердили правильность восприятия в обратной связи.

Например, эффективность деловой беседы зависит не только от профессиональной компетенции участников, но и от манеры поведения, культуры речи и навыков слушания.

В целом, к основным показателям эффективности межличностного общения можно отнести достижение коммуникантами определенного уровня межличностного восприятия.

Важным показателем успешности межкультурного общения является понимание культуры, мировоззрения и системы ценностей собеседника. В том случае, когда представители разных культур также являются носителями разных языков, необходимо помнить, что языковой барьер будет

способствовать тому, что собеседники будут уделять больше внимания невербальным знакам. Важно помнить, что значение некоторых из них может отличаться от культуры к культуре.

В случае массовых коммуникаций универсальной характеристикой эффективности данного вида коммуникаций считается размер аудитории, которая охвачена информационным воздействием. Также для оценки эффективности массовых коммуникаций используются следующие индикаторы: доведение информационных сообщений до аудитории в контексте, составленном коммуникаторами; освещение событий с особой точки зрения, представляющей прежде всего позицию коммуникатора; создание особого морально-психологического состояния в определенных социальных группах или среди всей аудитории; формирование психологической готовности социальных групп к действиям и др.

7. Методы эффективного общения

Способы достижения эффективного общения напрямую зависят от типа общения, в котором они применяются. Например, в межличностном общении для собеседников для достижения эффективности процесса общения очень важно достичь определенного уровня восприятия друг друга.

Есть много способов достичь высокого уровня эффективности вербального общения. Во-первых, вам нужно оформить свои сообщения таким образом, чтобы они были понятны собеседнику. Здесь следует обратить внимание на содержание сообщения (исходя из знаний, квалификации собеседника), дикцию, интонацию и другие элементы общения. Учитывая, что наиболее эффективной формой общения является диалог, коммуниканты также должны развивать навыки слушания.

Невербальное общение происходит одновременно с вербальным общением. Смотрим на своего собеседника, изучаем его внешность, жесты, мимику. При прослушивании обращаем внимание на такие элементы, как интонация, тембр голоса и другие признаки, которые адресат посылает сознательно или нет.

Однако невербальные знаки могут выступать как средство дополнения речи, а также как единственный способ общения.

Наиболее распространенные методы достижения эффективного общения, затрагивающие паралингвистические компоненты невербального общения, включают:

- Изменение громкости голоса (например, громче произносятся те фразы, на значение которых адресат хочет обратить особое внимание);
- Расстановка интонационных акцентов;
- Расстановка пауз (для предоставления собеседнику права говорить, для закрепления определенных слов и фраз и т. д.).

Психологи выделяют несколько способов невербального общения. Самый известный из них – метод зеркального отражения поз и жестов собеседника. Цель этого метода – развить чувство взаимодействия с партнерами.

Также существуют методы невербального общения, влияющие на элементы мимики и жестов человека. Один из этих методов – метод сосредоточения взгляда на том или ином слушателе во время публичной речи. Как показывает практика, этот прием в большей степени помогает заинтересовать публику.

Невербальные средства также широко используются в массовой коммуникации. Например, в рекламе, транслируемой по телевидению, радио и другим электронным каналам, используются всевозможные визуальные, слуховые эффекты, графические символы и т. д.

Существует множество методов достижения эффективности коммуникативного процесса, предлагаемых представителями разных научных областей (психологами, политологами, социологами и т. д.). Знание основных методов и правил позволит комфортно и с высокой эффективностью участвовать в коммуникативных процессах.

8. Факторы, снижающие эффективность коммуникации

Есть ряд факторов, снижающих эффективность общения. Эти факторы обычно называют коммуникационными барьерами.

Таких преград несколько:

- Барьер восприятия;
- Семантический барьер;
- Невербальные барьеры;
- Препятствие для плохого прослушивания;
- Логический барьер;
- Эмоциональный барьер.

Понятие барьер восприятия связано с тем, что человек реагирует не на происходящие события напрямую, а на то, как эти события воспринимаются. Здесь избирательность источников информации, избирательное внимание, искажение, запоминание. Барьеры восприятия включают такие понятия, как первое впечатление, предубеждение, стереотипы, эффект проекции и эффект порядка.

Здесь стоит объяснить эффект проекций и эффект порядка. Первый предполагает надделение собеседника отрицательными или положительными качествами, характерными для коммуниканта. Этот эффект возникает, когда один из участников коммуникативного процесса наделяет оппонента своими качествами.

Эффект порядка состоит в том, что при общении с незнакомцами они больше доверяют и запоминают информацию, которая приходит первой, а при общении с друзьями - информацию, которая приходит последней.

Семантический барьер возникает в вербальной форме общения.

Семантические вариации часто являются источником недопонимания. Значение символов, используемых в общении, раскрывается на опыте и варьируется в зависимости от контекста. Это касается как отдельных слов (особенно иностранного происхождения или характеризующих человека, например, порядочность), так и фраз (как можно скорее, как только представится возможность).

Барьеры невербального общения включают визуальные барьеры, акустические барьеры, обонятельные барьеры и тактильную чувствительность.

Визуальные барьеры проявляются в особенностях тела, походке, движениях рук, кожных реакциях, психологической дистанции и т. д.

Тактильная чувствительность зависит от способности каждого человека воспринимать прикосновения (рукопожатие, похлопывание, поцелуи и т. д.). Нельзя забывать, что невербальная форма общения – это общение на языке, предоставленном человеку природой, а это значит, что невербальное общение в большинстве случаев имеет бессознательную основу и свидетельствует о реальных эмоциях участников общения. Ей сложно манипулировать и трудно скрыть в любом межличностном общении.

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

Эмоциональный барьер проявляется в том, что слова имеют сильный эмоциональный заряд и порождают ассоциации, вызывающие эмоциональную реакцию.

Проблема преодоления коммуникационных барьеров обычно носит личный характер. Однако способность избегать и преодолевать их способствует установлению успешного и эффективного общения.

9. Способы повышения эффективности коммуникации

С давних времен людей интересовало такое явление, как общение. Сегодня СМИ, организации, политики, бизнесмены и каждый отдельный человек также уделяют этому много внимания.

Успешность общения определяется рядом показателей и зависит от многих факторов. Самым важным для эффективного коммуникативного процесса является четкое понимание коммуникантами целей этого процесса. Чтобы добиться от получателя информации желаемых действий, необходимо передать сообщения в ясной и ясной форме, не допускающей противоречивых

интерпретаций, обосновать возможность получателя требуемых действий, показать, что они не противоречат его собственным интересам.

Нельзя не обратить внимание на то, что развитие человеческого общества сопровождается разработкой и изобретением новых методов и средств социальной коммуникации. В ходе этого развития происходят такие важные события, как появление речи, письма, печати, радио и других электронных средств связи. Появление новых и улучшенных средств передачи информации оказывает прямое влияние на общение в обществе.

Это влияние особенно заметно на примере массовых коммуникаций. Появление радио, телевидения, а затем и глобальной сети Интернет значительно расширило аудиторию и увеличило скорость передачи информации.

Основным способом повышения эффективности общения в современном мире является использование всей гаммы коммуникативных приемов и средств, поиск новых способов передачи информации, совершенствование существующих.

Заключение

Изучение и понимание проблем коммуникативного процесса, его эффективности, факторов и способов повышения эффективности – необходимость для успешной жизни современного человека.

В ходе работы были изучены такие понятия, как коммуникация, элементы, виды и средства коммуникации. Также в работе подробно рассматриваются факторы и показатели эффективности общения.

Выяснилось, что основная цель коммуникации – достижение точного понимания смысла сообщения принимающей стороной. Это означает, что уровень эффективности коммуникативного процесса определяется, прежде всего, достижением поставленной цели и успешностью преодоления препятствий, возникших в процессе ее достижения.

Однако успешность общения определяется рядом показателей, самый важный зависит от многих факторов. Например, коммуникационные барьеры – это факторы, снижающие эффективность коммуникации. Способность избегать и преодолевать их способствует установлению успешного и эффективного общения.

В ходе работы было установлено, что, зная основные модели, виды и средства коммуникации, можно на основании показателей и критериев эффективности коммуникационного процесса спланировать коммуникационный процесс таким образом, чтобы он успешно.

Основным способом повышения эффективности коммуникации в современном обществе является использование всей гаммы коммуникативных приемов и средств, поиск новых способов передачи информации, совершенствование существующих.

Список источников и литературы

1. Василик, М.А. Основы теории коммуникации / М.А. Василик. - М.: Гардарики, 2007.
2. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. - М.: Ваклер, 2007.
3. Ганатюк, О.Л. Основы теории коммуникации / О.Л. Ганатюк. - М.: Кнорус, 2013.
4. Стеблина С.А. Язык и межкультурная коммуникация / С.А. Стеблин. - М.: Слово, 2002.
5. Зарецкая Е. Н. Риторика, теория и практика речевого общения / Е. Н. Зарецкая. - М.: Дело, 1999.
6. Абдурахманов, Р. А. Социальная психология личности, общения, группы и межгрупповых отношений: учебник / Р. А. Абдурахманов. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 368 с. – ISBN 978-5-4486-0173-6. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/72456.html>.
7. Дзялошинский, И. М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц: учебное пособие / И. М. Дзялошинский. – Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 905 с. – ISBN 978-5-4497-0419-1. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/90574.html>.
8. Захарова, И. В. Социальная психология: учебное пособие / И. В. Захарова. – Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 154 с. – ISBN 978-5-4497-0212-8. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/86473.html>.
9. Короткий, С. В. Деловые коммуникации: учебное пособие / С. В. Короткий. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 90 с. – ISBN 978-5-4487-0472-7. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/80614.html>.
10. Скибицкая, И. Ю. Деловые коммуникации: учебное пособие / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. – Новосибирск: Новосибирский

государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ, 2017. – 57 с. – ISBN 978-5-7795-0829-2. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85883.html>.