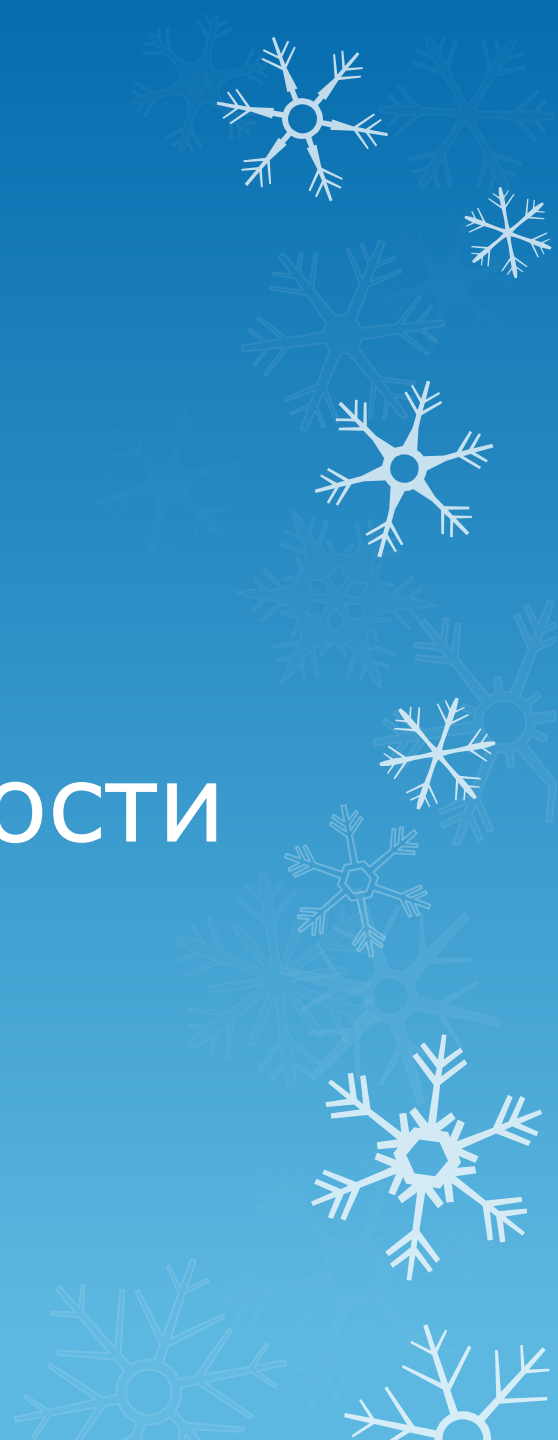


Понятие эффективности коммуникации

Способы анализа эффективности



Успешная коммуникация

- это осуществление коммуникативной цели инициатора (инициаторов) общения и достижение собеседниками согласия (Л.К. Граудина).
- **Эффективная коммуникация** – достижение адекватного смыслового восприятия и адекватной интерпретации передаваемого сообщения.

Аспекты культуры речи

- Нормативный (соблюдение норм литературного языка)
- Коммуникативный (зависимость литературной нормы от условий, в которых осуществляется речь)
- Этический (соответствие речи правилам должного речевого поведения, основанные на нормах морали, национально-культурных традициях)

Нормативный аспект

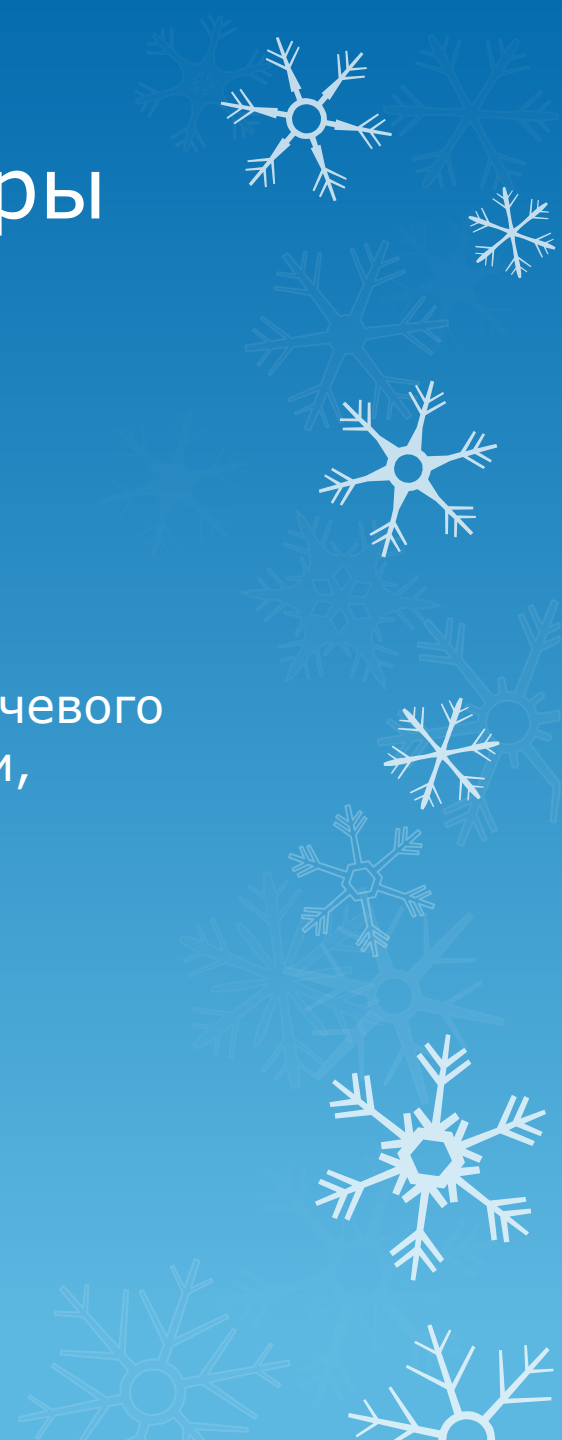
- подразумевает формирование, соблюдение и изменение норм, которым должны следовать все носители литературного языка. Изменение норм связано с тем, что сам язык находится в постоянном развитии, что соответственно вызывает изменение норм. Для культуры речи как научной дисциплины необходимо вовремя отмечать колебание нормы, выделять стилистическую принадлежность вариантов и фиксировать изменение нормы

Коммуникативный аспект культуры речи

- Изучение текста с точки зрения соответствия его языковой структуры задачам
- Зависимость литературной нормы от условий, в которых осуществляется речь, называют **коммуникативной целесообразностью.**

Этический аспект культуры речи

- Речевая этика – это правила должного речевого поведения, основанные на нормах морали, национальнокультурных традициях.



Условия успешности

- Первая ступень к успешному завершению коммуникации – **потребность в общении**, в явном виде не выраженная языковыми формами, или **коммуникативная заинтересованность** (по определению М. М. Бахтина), согласие «внимать».

На заинтересованность влияют:

- ❖ **глубина знакомства** (например, время знакомства, наличие дружеских отношений);
- ❖ **степень социальной зависимости** (например, главенство отца, подчиненное положение в коллективе);
- ❖ **эмоциональный фон** (благожелательность, нейтральность, неприязнь).

Условия успешности

- Следующее условие успешной коммуникации, правильного восприятия и понимания – **настроенность на мир адресата, близость мировосприятия коммуникатора и коммуниканта.** Л.П. Якубинский определил это как близость **апперцепционной базы** коммуникантов. М.М. Бахтин называл это явление **апперцептивным фоном восприятия** речи (в аспекте речевой коммуникации).

Иначе говоря, успешность коммуникации определяется **умением отправителя представить мир получателя и в соответствии с этим организовать передачу информации.**

Условия успешности

- Главное условие успешной коммуникации – умение адресата проникнуть в коммуникативный замысел (намерение, интенцию) адресанта.

Речь идет прежде всего о механизмах понимания, о «декодировании» информации получателем в процессе превращения «внешней» речи в речь «внутреннюю», адекватном замыслу отправителя.

Условия успешности

Поскольку коммуникативное намерение формируется на довербальном уровне, а постижение смысла происходит параллельно линейному развертыванию информации, **получатель проделывает огромную работу по:**

интерпретации сообщения и «реконструкции» замысла адресанта, **переосмыслению ранее принятого** (услышанного, увиденного) и понятого, **соотнесению своей «модели» понятого** с реальными фактами и линией поведения собеседника.

Эта «работа» так же мгновенна, симультанна и биологична по своей сути, как и процесс говорения.

Условия успешности

- **Коммуникативная компетентность.**

М.А. Василик определяет ее следующим образом: «Коммуникативная компетентность представляет собой определенный уровень сформированности личностного и профессионального опыта взаимодействия с окружающими, который требуется индивиду, чтобы в рамках своих способностей и социальной статуса успешно функционировать в профессиональной среде и обществе».

Ф.И. Шарков под коммуникативной компетентностью понимает «умение выбора коммуникативного кода, обеспечивающего адекватное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации».

Условия успешности

- Успешность общения зависит от способности говорящего **варьировать способы языкового представления информации**. Это в первую очередь связано с возможностью различной концептуализации окружающего мира.

Одно и то же событие может быть актуализировано в речи с разных точек зрения – временной, пространственной, событийной и т. д. В языке существуют функциональные категории различных рангов, например, бытийности, характеристики, квалификации, идентификации и др.

Условия успешности

- На успешность коммуникации влияют и **внешние обстоятельства**, или в иной терминологии – **коммуникативная обстановка**: присутствие посторонних, канал общения (например, телефонный разговор, записка, письмо, беседа с глазу на глаз), настроение, эмоциональный настрой, физическое состояние – все это может предопределить судьбу коммуникации.

Условия успешности

- Нулевое, базовое условие для эффективной коммуникации – **общий для участников код**.

И.А. Стернин выделяет следующие условия успешной коммуникации:

- **коммуникативная грамотность** говорящего (знание коммуникантом законов общения и следование им; соблюдение правил бесконфликтного общения; использование правил и приемов речевого воздействия);
- реальная **достижимость** поставленной предметной **цели** (никакими приемами речевого воздействия мы не сможем, например, получить от собеседника луну с неба).

Коммуникативные качества речи как условия успешного общения

- **Правильность речи** – это ее соответствие современной литературной норме, а также ее доступность для тех, кому адресована речь. Понятность речи связана с ее действенностью, эффективностью.
- **Точность речи** – это «правильность в действии», использование всех языковых средств (не только лексических, но и грамматических) в полном соответствии с их значением. Точность речи определяется умением четко и ясно мыслить, знанием законов русского языка (омонимы, паронимы, синонимы, полисемия).

Коммуникативные качества речи как условия успешного общения

- **Богатство речи** свидетельствует об эрудиции говорящего, о богатстве его словаря. Это разнообразие речи.
- **Выразительность** (образность) речи – такое ее качество, которое вызывает и поддерживает внимание и интерес аудитории; усиливает эффективность; выразительность достигается использованием самых разнообразных средств.

Коммуникативные качества речи как условия успешного общения

- **Уместность речи** – ее соответствие цели говорящего, теме и жанру, характеру аудитории, ее настроенности, условиям общения (месту, времени и др.).

Уместность определяет степень обязательности других качеств речи. Например, в ситуации дружеского, непринужденного общения вполне естественна языковая игра, в основе которой лежит намеренное и мотивированное целями говорящего нарушение правильности.

Коммуникативный кодекс

Коммуникативный кодекс – совокупность правил, критериев, принципов, которые определяют **права и обязанности создателя речи и ее адресата.**

Коммуникативный кодекс

Важнейшими критериями коммуникативного кодекса выступают:

- критерий **истинности**, который определяется как верность действительности;
- критерий **искренности**, который определяется как верность себе.

Главными принципами коммуникативного кодекса являются:

- принцип **кооперации** Г. Грайса;
- принцип **вежливости** Дж. Лича.

Принцип кооперации Г. Грайса

- «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога».

В принцип кооперации входят *4 максимы*:

- максима полноты (количества) информации;
- максима качества информации;
- максима релевантности;
- максима манеры (способа).

Принцип кооперации Г. Грайса

- **Максима полноты информации** связана с **дозировкой** информации, необходимой для акта общения.

Постулаты к этой максиме таковы:

- ❖ **твое высказывание должно содержать не меньше** информации, чем требуется;
- ❖ **твое высказывание должно содержать не больше** информации, чем требуется.

Принцип кооперации Г. Грайса

- **Максима качества информации конкретизируется следующими постулатами:**
 - ❖ не говори того, что **ты считаешь ЛОЖНЫМ**;
 - ❖ не говори того, для чего у тебя **нет достаточных оснований**.

Принцип кооперации Г. Грайса

- **Максима релевантности** предполагает фактически только один постулат:

- ❖ не отклоняйся от темы.

Понятно, что реальный процесс общения вовсе не строится вокруг одной темы: часты переходы от одной темы к другой, выходы за пределы темы. Тем не менее, психологам хорошо известно, что внимание аудитории рассеивается, если она не в состоянии связать произносимое в данный момент высказывание с объявленной лектором темой. Поэтому «неотклонение» – стратегическая задача.

Принцип кооперации Г. Грайса

● **Максима манеры** предполагает оценку способа передачи информации и связана не с тем, **что** говорится, а с тем, **как** говорится. Общий постулат этой максимы – **выражайся ясно**, а частные постулаты таковы:

- ❖ избегай непонятных выражений;
- ❖ избегай неоднозначности;
- ❖ будь краток;
- ❖ будь организован.

Ущерб ясности может возникать вследствие неприемлемых по уровню сложности или плохих формулировок, нарушения баланса известного и неизвестного и др..

Принцип вежливости Дж. Лича

Если принцип кооперации характеризует **порядок совместного оперирования информацией** в структуре коммуникативного акта, то принцип вежливости – это **принцип взаиморасположения говорящих** в структуре речевого акта.

Соблюдение принципа вежливости создает среду **позитивного взаимодействия**, обеспечивает **благоприятный фон** для реализации коммуникативных стратегий.

Принцип вежливости Дж. Лича

- Максима великодушия
- Максима одобрения
- Максима скромности
- Максима такта
- Максима согласия
- Максима симпатии



Другие принципы

Регулируют поведение коммуникантов и следующие принципы:

- **принцип равной безопасности**, суть которого в не причинении психологического ущерба **партнеру** по общению;
- **принцип децентрической направленности** означает не причинение ущерба **делу**, ради которого стороны осуществляют коммуникацию (не тратить силы на защиту эгоистических интересов, направлять их на поиск оптимального решения, не забывать о предмете обсуждения под действием эмоций).

Другие принципы

- принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано, заключается в не причинении ущерба **сказанному** собеседником путем намеренного искажения смысла.

Порой участники общения сознательно искажают позицию оппонента, передергивают смысл его слов, чтобы таким путем добиться преимуществ в разговоре. Эта тактика не поможет достичь хороших результатов в общении, так как вызовет новые разногласия и разрушит контакт.

Относительность максим

Любая из максим относительна и часто может не «согласоваться» с другими. Так, применительно к принципу кооперации постулат **«Будь краток»** может вступить в конфликт с постулатом **«Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется»**, поскольку краткость отнюдь не всегда гарантирует нужное количество информации, и если, например, адресата интересуют подробности, их трудно излагать кратко.