

Структура коммуникативной ситуации



Создание сообщения

1. Возникновение цели у коммуникатора
2. Определение коммуникатором смысла сообщения
3. Кодирование сообщения
4. Передача сообщения



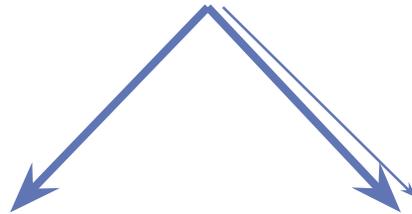
Кодирование -

формулирование сообщения

Декодирование -

определение смысла и цели.

Системы кодирования и декодирования сообщений



Вербальная

(словесная,
осуществляющаяся
с помощью речи)

Невербальная

(несловесная,
осуществляющаяся
с помощью
невербального
поведения)

Коммуникативное поле

Процесс кодирования, передачи и декодирования сообщения, осуществляется в *коммуникативном поле*.

Оно включает:

- нормы,
- скрипты,
- стили коммуникации,
- когнитивную нагрузку.

Нормы коммуникации представляют собой определенные правила, соблюдение которых ожидается большинством людей. К этим нормам относятся допустимость обсуждения не которых тем (например, личной жизни, доходов и т. д.); допустимость использования определенных слов или грамматических конструкций (например, разговор с начальником скорее предполагает официальный тон); форма обращения собеседников друг к другу (например, по имени, имени-отчеству и т. д.); вежливая манера общения. Нормы коммуникации распространяются как на вербальное, так и на невербальное поведение (например, длина дистанции между участниками). Нарушение норм коммуникации порождает непонимание, недоверие, негативное отношение участников друг к другу.

Скрипт коммуникации – это распространенное представление о типичной последовательности действий в определенной коммуникативной ситуации.

Можно выделить

скрипты делового совещания, приема у врача, посещения библиотеки и т. д. При нарушении скрипта коммуникация между участниками затрудняется.

Стиль коммуникации представляет собой совокупность норм, определяющих форму сообщений.

Когнитивная нагрузка определяется количеством информации, которое человек вынужден анализировать одновременно. Когнитивная загруженность участников общения препятствует оптимальному кодированию и декодированию сообщения и, следовательно, затрудняет его передачу и понимание.

Коммуникативные барьеры -

помехи, препятствующие адекватной передаче сообщения от коммуникатора к реципиенту.

1. Технические барьеры
2. Фонетические барьеры
3. Психологические барьеры
4. Семантические барьеры
5. Социальные барьеры



1. **Технические барьеры** связаны с воздействиями внешней среды (например, шум).

2. **Фонетические барьеры** связаны с особенностями вербального и невербального поведения коммуникатора (например, плохая дикция или невыразительная мимика).

3. **Психологические барьеры** представляют собой психологические особенности участников общения, которые препятствуют передаче сообщения. (свойства личности (например, неуверенность, застенчивость); социальные установки и ценности, порождающие нежелание или неумение общаться (например, эгоцентризм); негативные эмоциональные состояния, особенно возбуждение или страх перед человеком или общением (например, страх выступления перед аудиторией); неадекватное восприятие партнера по общению.

4. Семантические барьеры, связанные с используемыми при коммуникации абстрактными или многозначными понятиями. К семантическим барьерам относится и использование коммуникатором иностранного языка или языка, специфичного для узкой сферы деятельности и незнакомого реципиенту (например, латыни). Довольно часто в общении проявляется такой семантический барьер, как смешение коммуникатором реально наблюдаемых фактов, событий и их оценок, заключений, которые он сделал. Реципиент не всегда может провести различие между фактами и их оценками.

5. Социальные барьеры, связанные с принадлежностью участников общения к определенным социальным группам (возрастным, половым, профессиональным, этническим, религиозным, досуговым и т. д.), порождают использование стереотипов. Например, если, в соответствии со стереотипом, политики лживы, сообщение, сделанное политиком, не окажет желаемого воздействия на аудиторию вне зависимости от его содержания

Обратная связь -

вербальные и невербальные сообщения,
посылаемые реципиентом в ответ на сообщения
коммуникатора.

- *Безоценочная ,*
- *оценочная обратная связь.*



Безоценочная обратная связь не содержит отношения реципиента к коммуникатору или его сообщению. Она применяется, когда реципиент хочет помочь коммуникатору сформулировать мысли по какому-либо вопросу или хочет больше узнать о его чувствах. Для этого применяется уточнение («Что вы имеете в виду?»), перефразирование («Правильно ли я понял, что?..», «Вы думаете, что?..»), невербальное отражение чувств (повторение движений и выражения лица коммуникатора).

В **ходе оценочной обратной связи** реципиент дает оценку коммуникатору или его высказыванию. Оценки могут быть положительными («Как замечательно ты это сделал!») или отрицательными («Что за ерунду ты говоришь»). Характер обратной связи зависит от эмоционального состояния. Люди в негативном эмоциональном состоянии дают коммуникатору более негативную обратную связь, чем те, кто испытывает позитивные эмоции

**Спасибо
за внимание!**