

Лекция № 3

Структура коммуникативного процесса

Учебные вопросы:

1. Основные структурные модели и базовые элементы коммуникативного процесса.
2. Стороны общения и обратная связь в разных типах коммуникации.
3. Формы коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры.
5. Условия и постулаты эффективной коммуникации.

МОДЕЛЬ АРИСТОТЕЛЯ

ЭЛЕМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ

ОРАТОР



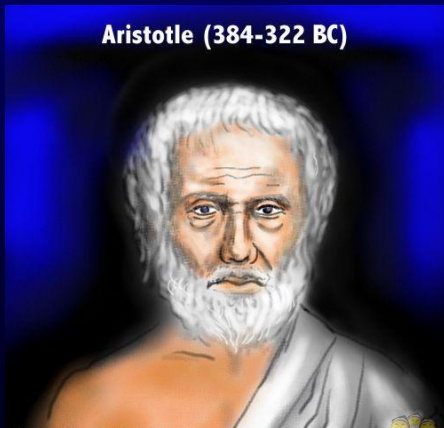
РЕЧЬ



СЛУШАТЕЛЬ



Aristotle (384-322 BC)

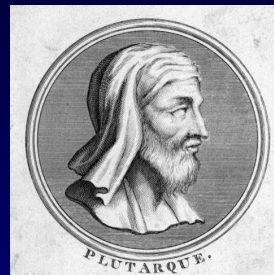


- Речь складывается из трех элементов:
- из самого оратора,
 - из предмета, о котором он говорит,
 - из лица, к которому он обращается:
он-то и есть конечная цель всего
(я *разумею слушателя*)

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Речевое поведение -
определяется как некое
законченное целое со
своей формой,
структурой, границами

То, что говорится,
сообщается
(словесная речь),
и то, чем она
сопровождается
(мимика, жесты и пр.),
- **поток речевого
поведения (дискурс)**



Условия, обстановка,
в которой происходит
речевое общение
между его
участниками –
речевая ситуация

*собственно слова - то, что можно
написать на бумаге – вербальное
(словесное) поведение;*

*звучания речи: громкость, высота тон,
темп речи, паузы - акустическое
поведение;*

*значимые движения лица и тела:
взгляд, жесты, мимика - жестово-
мимическое поведение;*

*как партнеры, разговаривая друг с
другом, используют пространство -
пространственное поведение.*

**участники события: говорящий,
слушающий;**

**причина и цели создания речевой
ситуации;**

условия и обстоятельства

СРЕДСТВА КОММУНИКАТИВНОСТИ РЕЧИ

Контакт - это общность психического состояния оратора и аудитории, это взаимопонимание между говорящим и слушающим

Разговорность, естественность речи

Взгляд - важнейшее средство коммуникативного сотрудничества

Голос говорящего человека направляется вместе с его взглядом



СРЕДСТВА

КОММУНИКАТИВНОСТЬ РЕЧИ

СПОСОБЫ



САМОУБЕЖДЕНИЕ

САМОАНАЛИЗ

САМОКОНТРОЛЬ

Главное требование риторики - эффективность речи. Выполнить это требование можно, обладая определенными знаниями и умениями. Риторически образованный человек должен видеть речевую ситуацию и, учитывая особенности адресата, руководствуясь законами риторики, уметь приспособить к ней речь

Кто?

Сообщает что?

По какому каналу?

Кому?

С каким эффектом?

РАЗДЕЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ

1. Кто?.

Анализ управления процессами коммуникации. Рассматриваются факторы, которые открывают и направляют сам акт коммуникации (в первую очередь сам коммуникатор).

2. Что?

Анализ содержания передаваемых сообщений + статистический анализ частоты упоминаний тех или иных фактов и событий в СМИ.

3. Как?

Анализ средств и каналов передачи сообщения. Выявление средств, адекватных характеру передаваемых сообщений и наиболее приемлемых для получателя.

4. Кому?

Анализ аудитории, получающей информацию.

5. Эффект.

Анализ результатов коммуникативного воздействия. Результативность коммуникации оценивается по принципу: возник интерес к содержанию сообщения или нет.

Кто?

С каким намерением?

В какой ситуации?

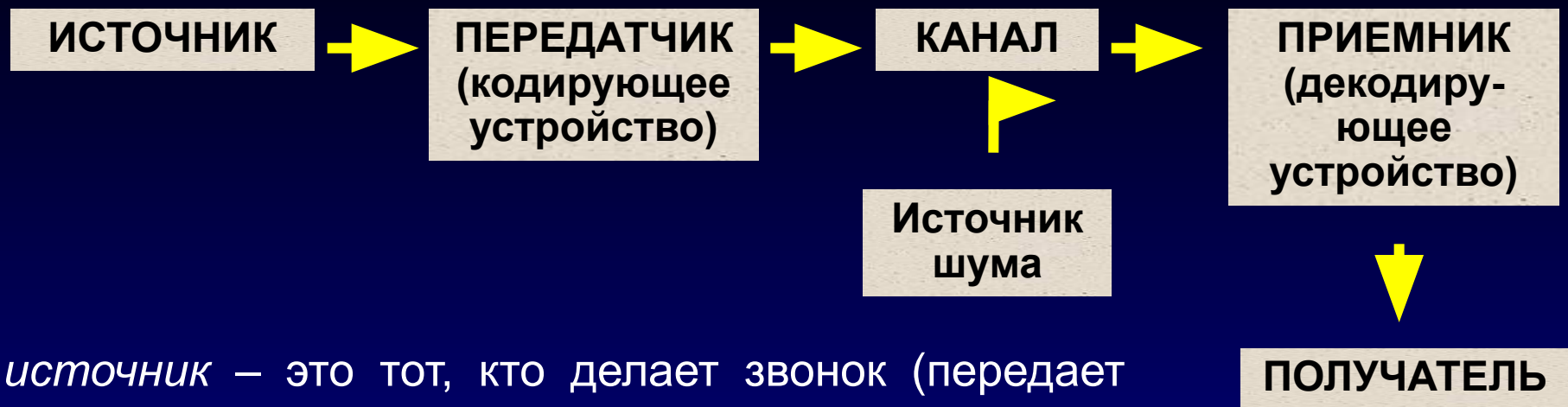
С какими ресурсами?

Используя, какую стратегию?

На какую аудиторию оказывает влияние?

С каким результатом?

МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА (1949 г.)



источник – это тот, кто делает звонок (передает сообщение);

сообщение – передаваемая информация;

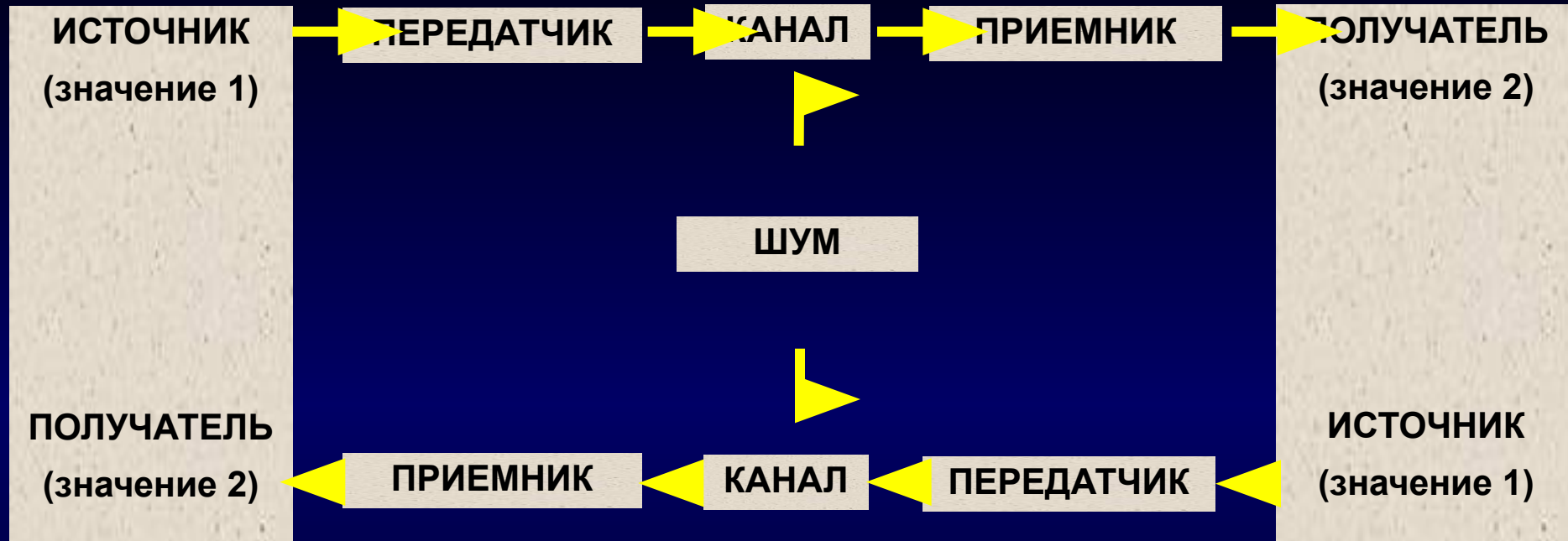
телефонный передатчик – кодирующее устройство, преобразующее звуковые волны в электрические импульсы;

телефонный провод – канал;

телефонный приемник (второй аппарат) – декодер, осуществляющий обратное преобразование электрических импульсов в звуковые волны;

приемник – человек, которому адресовано сообщение.

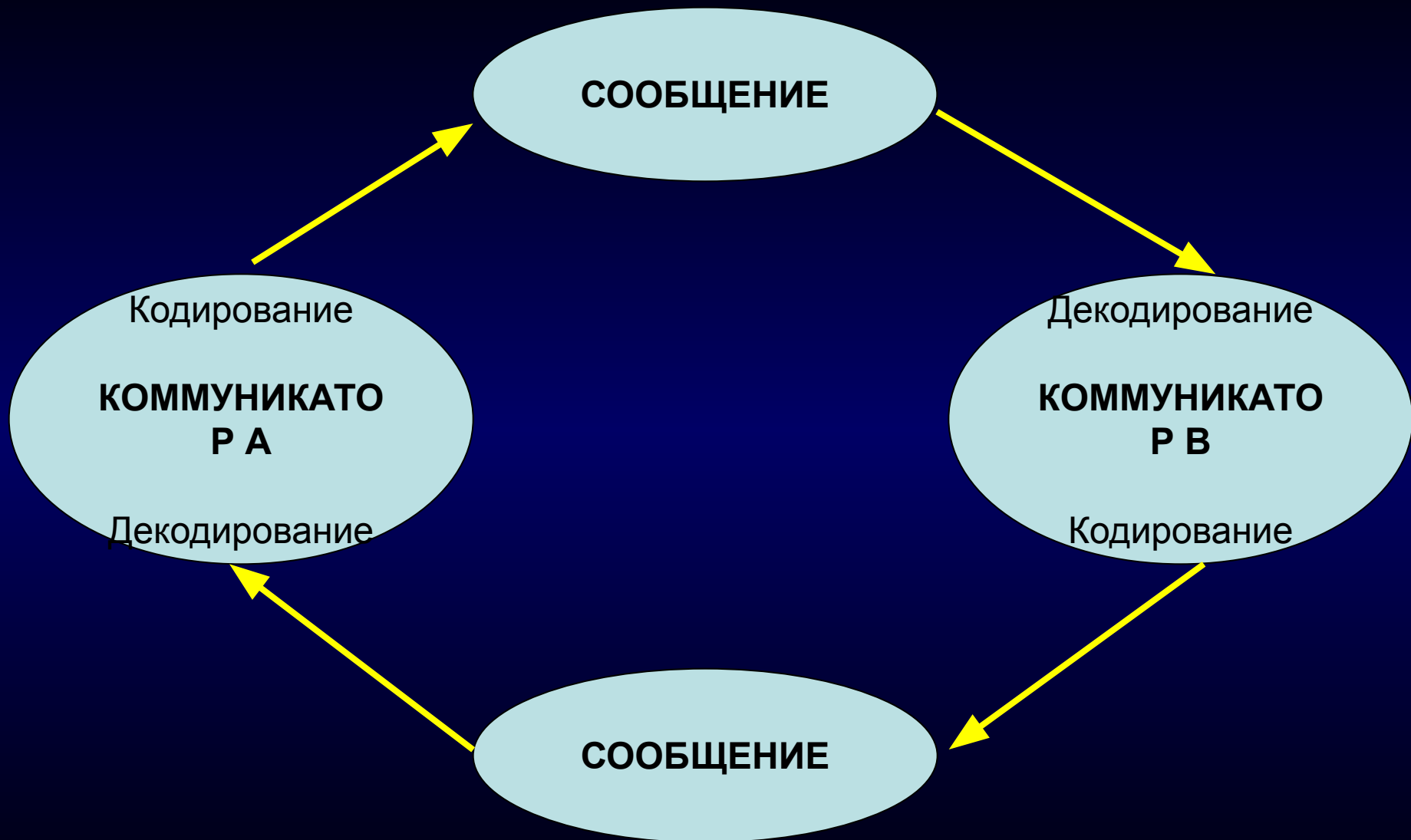
МОДЕЛЬ де ФЛЕРА (1966 г.)



В модели де Флера учтен основной недостаток линейной модели Шеннона-Уивера – отсутствие обратной связи.

Де Флер замыкает цепочку следования информации от источника к получателю *петлей обратной связи*, повторяющей весь путь в обратном направлении, включая трансформацию значения под воздействием шума.

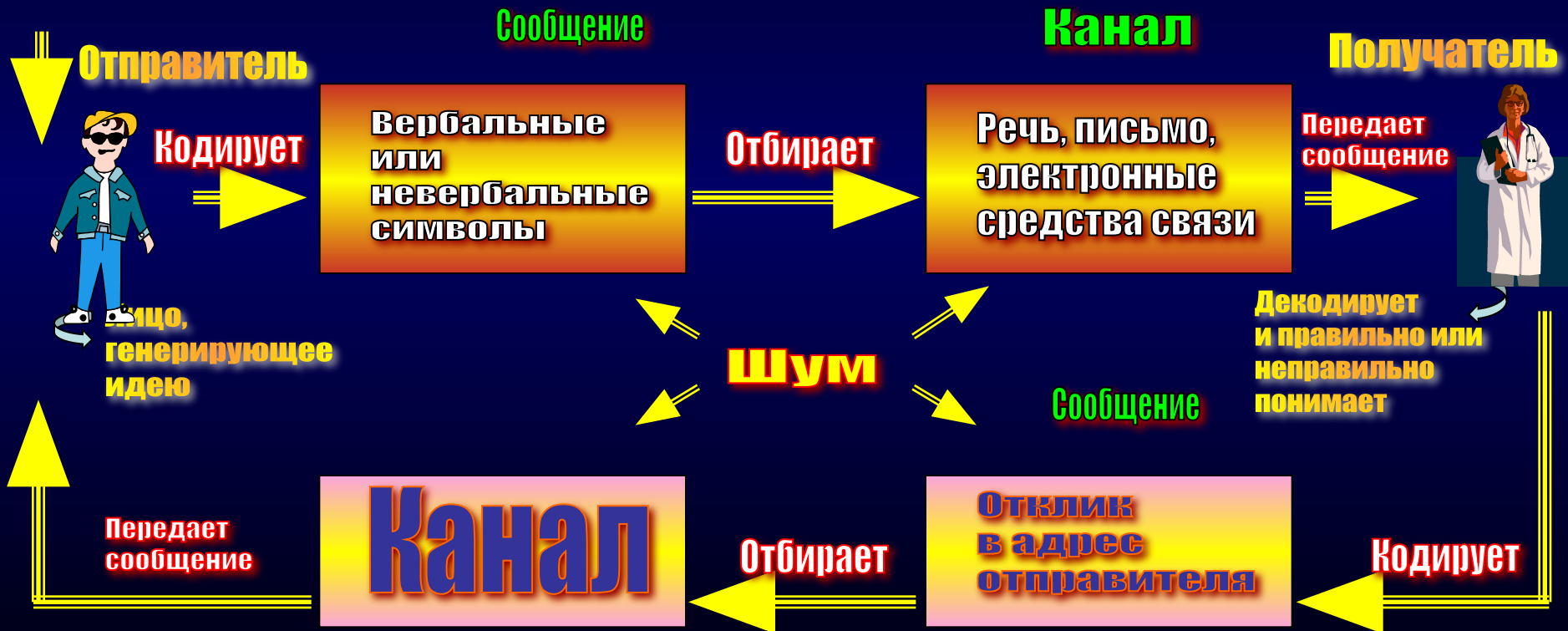
МОДЕЛЬ ШРАММА И ОСВУДА (1954 г.)



ПОНЯТИЕ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ

Коммуникативный процесс – это процесс социального взаимодействия между людьми, взятый в своем знаковом аспекте

Информация, накопленный опыт



ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ – ЕСТЬ СИСТЕМА С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ И ШУМОМ

Содержание
это информация,
которая в
межиндивидуальных
контактах передаётся
от одного живого
существа к другому

Цель
это то, ради чего у
человека возникает
данный вид активности

Функции
выделяются в
соответствии с
содержанием
коммуникации и
придают этому
процессу конкретную
специфику

**Формы
коммуникации**
- прямая и косвенная;
- непосредственная и
опосредованная;
- массовая и
межличностная;
- вербальная и
невербальная



**Средства
коммуникации**
это способы
кодирования,
передачи, переработки
и расшифровки
информации,
передаваемой в
процессе
коммуникации от
одного живого
существа другому

**Коммуникативный
барьер**
это психологический
феномен,
возникающий в
процессе
коммуникации и
влияющий на
адекватность
восприятия
информации

**Стили (типы)
коммуникации**
- манипулятивная;
- императивная;
- диалогическая и др.



**Стороны
коммуникации**
- коммуникативная;
- интерактивная;
- перцептивная



Коммуникативная сторона
состоит в обмене информацией между людьми
(побудительная и констатирующая)



Перцептивная сторона
означает процесс восприятия друг друга партнерами по коммуникации и установление на этой почве взаимопонимания

Интерактивная сторона
заключается в организации взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знаниями и идеями, но и действиями

**СТОРОНЫ
КОММУНИКАЦИИ**

Язык
это система знаков, служащая средством человеческой коммуникации, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности

Знак
это любой материальный объект (предмет, явление, событие), который выступает в качестве указания и обозначения и используется для приобретения, хранения, переработки и передачи информации

**«МАЛО ИМЕТЬ ХОРОШИЙ УМ, ГЛАВНОЕ –
ХОРОШО ЕГО ПРИМЕНИТЬ» (Декарт)**



ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ

Диалог

Дискуссия

Беседа

Совещание

Переговоры

Пресс-
конференци
я

Брифинг

Презентаци
я

Телефонные разговоры, служебная переписка с использованием факсимильных аппаратов, электронной почты, Интернета и других средств - все это средства коммуникации.



«НЕ ДОСТАТОЧНО, ЧТОБЫ ТВОИ СЛОВА БЫЛИ СКАЗАНЫ К МЕСТУ, НАДО, ЧТОБЫ ОНИ БЫЛИ ОБРАЩЕНЫ К ЛЮДЯМ»

(С.Леу)

ПОНЯТИЕ КОММУНИКАТИВНОГО БАРЬЕРА

Коммуникативный барьер – это совокупность внешних и внутренних причин и явлений, мешающих эффективной коммуникации или полностью блокирующих её

Темпера-
мента

Акцентуаци
и
характера

Эмоций

Внутренних
установок

Стереотипа

Речи

Интереса

Физический

Социальны
й

Идеоло-
гический

Информа-
ционный

Фонети-
ческий

Семанти-
ческий

Стилисти-
ческий

Логический

Другие

ТРЕБОВАНИЯ К ПОВЕДЕНИЮ ОРАТОРА

Обаяние

Артистизм

Уверенность

Дружелюбие

Заинтересованность

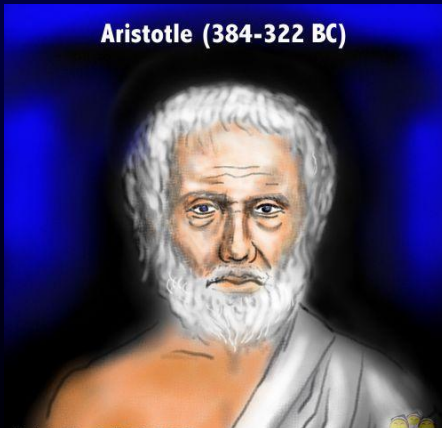
Увлеченность

Искренность

Объективность

ТРЕБОВАНИЯ

Aristotle (384-322 BC)



«Есть три причины, возбуждающие доверие к говорящему, потому что есть именно столько вещей, в силу которых мы верим без доказательств, - это разум, добродетель и благорасположение. Если, таким образом, слушателям кажется, что оратор обладает всеми этими качествами, они непременно чувствуют к нему доверие».

(Аристотель)

ПОСТИГАЮЩЕЕ ОБЩЕНИЕ

Постигающее общение – целенаправленное взаимодействие, ориентированное на понимание собеседника и проявление уважения к его личности

ОСОБЕННОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ

Смысл фраз, составленных более чем из 13 слов сознание не воспринимает

Для воздействия на чувства человека следует говорить ему преимущественно в левое ухо, для воздействия на логику - в правое

Лучше всего запоминается последняя часть информации, хуже первая

Прерванные по тем или иным причинам действия запоминаются в два раза лучше, чем законченные

Речь понимается при ее скорости не более 2,5 слова в секунду

Интеллект лучше всего работает, когда человек сидит, хуже - когда стоит, и совсем плохо - когда лежит.

Память человека способна сохранить до 90% из того, что он делает, 50% из того, что он видит, 10% из того, что слышит

Мужчина в среднем слушает других внимательно 10-15 секунд, а после начинает думать, что ему добавить к предмету разговора



Фраза, произносимая дольше 5-6 секунд перестает осознаваться

Стоящий человек имеет некое психологическое преимущество перед сидящим

Общение без психологического контакта – не общение