**Тема 1. Что такое коммуникация?**

*Что можно почитать по теме*

*Вацлавик, П* . Психология межличностных коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб : Речь, 2000 . – 298 с. – Гл. 2. Аксиомы теории коммуникации.

Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с. – Гл. 3. Коммуникативный процесс.

*Краснянский, Д. Е* . Основы теории коммуникации : учеб. пособие / Д. Е. Краснянский. – М. : МГТУ ГА, 2009. – 154 с. – Тема 3. Коммуникативные процессы.

*Грушевицкая, Т. Г* . Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352с. – Раздел 2. Гл. 1. Понятие коммуникации и ее роль в концепции культуры.

*Василик, М. А* . Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – C. 4–11.

**Задание 1. Прочтите следующий текст и ответьте на вопросы к нему. Если необходимо, воспользуйтесь справочными материалами.**

Коммуникация как способ существования

В литературе по естественным наукам мы часто встречаем выражения «форма жизни», «форма существования материи». А что, если взять на себя смелость применить их к человеческому обществу? Сумеем ли мы определить феномен, некое понятие, которое *можно* было бы квалифицировать как форму существования личности? Не биологического индивида, а именно личности, индивида социального, члена общности, сообщества. Перефразируя Л. Филатова, спросим, что есть то, чего не может *не* быть. Знаменитый борец за права человека Мартин Лютер Кинг произносит свою ставшую хрестоматийной пламенную речь «У меня есть мечта». Штурман командует: «Лево руля». Индейцы в боевой раскраске выходят на тропу войны. Мать поет младенцу колыбельную песенку. Разведчик за миг до ареста ставит на подоконник цветочный горшок. Девушка машет платочком всему эшелону, увозящему бойцов на фронт. Л. Ярмольник изображает цыпленка-табака. Молодой человек дарит девушке обручальное кольцо. В людной электричке пожилая женщина сидит, закрыв глаза. Подросток второй час подряд болтает по телефону. Сердитая теща гремит кастрюлями на кухне. Две студентки оживленно шепчутся за последней партой. Начальник стучит кулаком по столу. Актриса томно закатывает глаза. Прохожий у телефонной будки выразительно стучит пальцем по циферблату часов. Девушка, упрямо подняв подбородок и глядя прямо перед собой, решительно проходит мимо оторопевшего юноши. Телекомментатор с явным сарказмом описывает действия политического лидера. Папа тяжело вздыхает, листая дневник. Дама полусвета наносит на лицо демонстративно яркий макияж. Малыш спрашивает у кошки: «Как тебя зовут?» Мачеха Золушки восклицает: «Королевство маловато, разгуляться негде!»

* **Что общего в приведенных примерах?**

Их герои совершают некоторые действия, цель которых – передача определенного сообщения, или которые сами по себе являются сообщениями. Это – Коммуникация. П. Вацлавик, Дж. Бивин и Д. Джексон пишут: «…У поведения есть свойство, которое является настолько базовым, что часто упускается из виду: у поведения нет противоположности. Другими словами, нет такой вещи как неповедение или, еще упрощая, у человека не может не быть поведения. Далее, если мы признаем, что любое поведение в ситуации взаимодействия обладает информационной ценностью, т.е. является коммуникацией, становится очевидными, что, как бы человек ни старался, он не может не вступать в коммуникацию. Активность или пассивность, слова или молчание – все это передает информацию: влияет на других людей, которые, в свою очередь, не могут не отвечать на эту коммуникацию и, следовательно, сами в нее вступают. Необходимо ясно понимать, что, если люди просто не разговаривают друг с другом или не обращают друг на друга внимания, это вовсе не опровергает утверждение, сделанное выше. Человек у стойки бара, который смотрит прямо вперед, пассажир, сидящий в самолете с закрытыми глазами, – оба они ясно сообщают, что не хотят ни с кем разговаривать, и окружающие обычно прекрасно понимают эти сообщения и оставляют их в покое. Очевидно, что это такая же коммуникация, как и оживленная дискуссия» [1].

* **Приведите собственные примеры физической «пассивности», которые при этом служили бы яркими примерами коммуникативной деятельности.**

Итак, коммуникация – это «то, чего не может не быть», способ существования в качестве частной жизни и способ существования профессиональной деятельности. И тренер спортивной школы, и продавец на рынке, и врач реализуют свои служебные функции, прибегая к определенным коммуникативным действиям. Существуют, однако, профессии, в которых коммуникация является не только способом, но и объектом профессиональных усилий. Ее изучают, анализируют, описывают теоретики: лингвисты, психологи, социологи – специалисты в области теории коммуникации; планируют, оптимизируют, осуществляют практики: специалисты по связям с общественностью, журналисты, психотерапевты.

* **Выберите одну из указанных профессий. В чем именно заключается ее смысл? Как именно представитель данной профессии работает с коммуникацией?**

Словарь русского языка Ожегова и Словарь иностранных слов сообщают, что термин *коммуникация* имеет два значения. Первое обсуждается на страницах этой книги, а второе соотносится с формой связи (телеграф), путем сообщения (воздушная, водная) либо означает электричество, канализацию, водопровод (*Подведены все коммуникации*). В первом значении слово *коммуникации* не имеет множественного числа и образует прилагательное *коммуникативный*. Во втором – изменяется по числам и ему соответствует прилагательное *коммуникационный*. К сожалению, в существующей литературе не всегда соблюдаются указанные нормы.

* **Аналогичным образом, например, не рекомендуется использовать слово *чай* во множественном числе. В каких ситуациях множественное число слова*чай* все же может использоваться?**

Являясь способом существования индивида в социуме и будучи, таким образом, не отделимой от него, коммуникация с необходимостью выступает в качестве атрибута личности, так или иначе характеризуя ее. Человек – это то, как он общается. В драматургии авторы крайне редко прибегают к описанию внешности героя, но мы рисуем в своем воображении персонажи из прочитанных пьес не хуже, нежели героев толстых романов, в которых дотошно описана каждая пылинка на башмаках. Кто из нас не припомнит случай, когда мгновенно исчезла едва возникшая симпатия или антипатия к новому знакомому, едва он открывал рот… Мы обращаем внимание на то *что* говорит наш собеседник и *как* он это говорит. Конструирование коммуникативного поведения есть способ создания образа в литературе, кинематографе, даже цирке. Клоуны, печальный и веселый, по-разному двигаются, у них различные интонации, разный текст. Но каким бы он ни был, он произносится на естественном языке. В отличие от животных человек наделен даром речи. Язык есть основное, первичное, универсальное средство общения, познания, мышления. Это то, что делает человека человеком. Именно поэтому лингвистика составляет ядро теории коммуникации. Она учитывает психологические, социальные, культурные факторы общения, их языковое преломление, особенности мышления на том или ином языке, своеобразие когнитивных (познавательных) процессов. Исследования в области коммуникации – это, в первую очередь, анализ вербального (речевого) компонента общения.

Как можно было заметить, мы употребляем термины *общение* и *коммуникация* в качестве синонимов. Значения этих слов (если, конечно, под коммуникацией не иметь в виду водопровод) совпадают, разница лишь в славянском или латинском происхождении. В отечественной психологии и педагогике, однако, существует традиция использования термина *общение* для обозначения более широкого понятия (взаимодействие людей), нежели *коммуникация*, которая интерпретируется как использование языка и других средств общения.

Среди множества существующих определений коммуникации попробуем найти такое или такие, которые наиболее полно отражают суть этого понятия. Мы можем утверждать, что коммуникация есть деятельность, осуществляемая в определенной ситуации (контексте), предполагающая обратную связь и имеющая этическое измерение. В ней участвуют один или более человек. В ходе коммуникации отправляются и получаются закодированные сообщения, достигающие определенного эффекта. Это определение состоит из ряда тезисов.

Первый – коммуникация есть деятельность. Понятие деятельности мы связываем с некоторой активностью, имеющей определенную цель, план, реализующую некоторое волеизъявление. Деятельность не возникает сама по себе, ее нужно инициировать, «запустить», осуществляя некоторое намерение, которое обычно называют коммуникативным намерением или коммуникативной интенцией. Соседка сказала: «Возьми зонт, дождь обещали». Коммуникативное намерение состоит в том, чтобы не дать мне промокнуть. Это акт коммуникации. Но вот я выглянула в окно и присвистнула: «Вид этой страшной черной тучи убеждает меня в том, что зонтик абсолютно необходим». Хоть вид тучи и «убеждает», но никакого коммуникативного действия тут нет, поскольку нет никакого коммуникативного намерения. Туче вообще нет до меня никакого дела. Мы отметили, что деятельность обозначает активность, однако активность эта – ментальная волевая, она не всегда проявляется физически. Вспомним пример с псевдоспящим пассажиром самолета. Он не шевелится, физически он пассивен. Но он активен коммуникативно. Его демонстративно закрытые глаза передают сообщение: «Оставьте меня в покое!», реализуя соответствующее коммуникативное намерение. Коммуникативная интенция не всегда бывает очевидной. Мы фиксируем лишь средства ее реализации, часто ошибаясь в мотивах. Гамлет предлагает Розенкранцу сыграть на флейте не для того, чтобы насладиться музыкой, а чтобы иметь возможность сказать, что с ним общаться не легче, чем с флейтой. «Меня можно расстроить, но играть на мне нельзя».

* **Вспомните пример из личного опыта, когда ваш собеседник неправильно понял ваше коммуникативное намерение. Что вы сделали для того, чтобы ваше намерение в итоге было понято корректно?**

Второй тезис: деятельность осуществляется при определенных условиях или в некоторой ситуации, в контексте. Удобнее всего в термин *контекст* включать все условия, т.е. все составляющие коммуникации, коммуникативного эпизода. Он, прежде всего, состоит из самих общающихся или коммуникантов. Их еще называют отправитель и получатель, адресант и адресат, говорящий и слушающий. В реальной коммуникации эти роли перемененны. Следующей составляющей контекста является канал, или канал связи, или медиум, т.е. передающая среда, мостик, по которому сообщение поступает от отправителя к получателю. При непосредственном контакте – это воздушная среда, ограниченная пространственными рамками. Каналом может быть телефон, телевидение, Интернет, книга, почтовое отправление. Каналы связи не стоит путать с сенсорными каналами, соотносящимися с органами чувств. Это не проводящая среда, это способ получения информации: зрительный (читаем журнал), слуховой (реклама по радио), тактильный (определяет температуру, форму предмета), обонятельный (то, что в комнате была любимая девушка, можно узнать по запаху духов).

* **Каким каналом коммуникации чаще всего пользуетесь лично вы в своем повседневном общении?**

В понятие контекста может включаться наличие/отсутствие помех, препятствующих качественному получению сообщения. Помехи любого рода (звук упавшего стула, пение соловья за окном, технические неполадки, посторонние мысли) принято называть шумом.

* **Вспомните, что отвлекает вас в процессе коммуникации чаще всего. Бывают ли помехи настолько сильными, что сводят все усилия вашего собеседника на нет?**

Одним из компонентов контекста можно считать код, посредством которого осуществляется передача сообщений, а также само сообщение, его тему, цель и т.д.

* **Что может выступать в роли коммуникативного кода? Всегда ли мы используем какой-то один коммуникативный код?**

Употребляя словосочетание *определенный контекст*, мы имеем в виду, что каждая коммуникативная ситуация неповторима. Эту неповторимость, или «определенность», создают специфические параметры каждого из компонентов, их сочетание и взаимодействие.

Какие же параметры «действующих лиц» моделируют коммуникативный эпизод? как ни странно – любые. Точнее, самые различные. Во-первых, психические. Их можно разделить на постоянные и временные или ситуативные. Человек может быть сангвиником, холериком, флегматиком или меланхоликом, и этот факт самым существенным образом влияет на его коммуникативное поведение. Вспомним друзей Винни-Пуха: Пятачка («Винни! Винни!») и Ослика («А доброе ли это утро?»).

* **Что вы знаете о четырех типах темперамента и особенностях коммуникативного поведения их обладателей? Бывает ли успешной коммуникация между людьми с совершенно разным темпераментом?**

Особенности внимания, объем оперативной и долговременной памяти, быстрота реакции, способность логически мыслить, выдержка, терпение, доброжелательность, настороженность, доверчивость, недоверие и прочие характеристики личности во многом определяют коммуникативные сценарии. Кроме того, личность, обладающая теми или иными свойствами, может пребывать в различных состояниях в момент общения, и этот фактор часто оказывается решающим. Стресс, аффект, всплеск эмоций, экзальтация, транс вносят значительные поправки в коммуникативную практику.

* **Успешно ли вы справляетесь с задачками на проверку способности логически мыслить? Найдите примеры психологических тестов, позволяющих проверить объем внимания, памяти, быстроту реакции и т.д. Справились ли вы с тестами? Что далось вам легче/сложнее всего?**

Во-вторых, коммуникативную ситуацию моделируют специальные параметры личности. Они носят постоянный характер и могут осознаваться или не осознаваться коммуникантом, что тоже влияет на коммуникативную самореализацию.

Это свойства индивида, определяющие его позицию в обществе (макросоциум) и принадлежность к той или иной социальной группе или категории (микросоциум): пол, возраст, образование, профессия, социальный статус и др. Особое место в разряде социальных параметров занимают языковая, этническая и культурная принадлежность. Этническая принадлежность, т.е. принадлежность тому или иному этносу (народу, народности, нации, национальности), сама по себе никак не влияет на коммуникативное поведение индивида. Она моделирует коммуникативные сценарии лишь в сочетании с культурным фактором. То есть ребенок, рожденный от эквадорских родителей, но воспитанный в японской культуре, будет иметь лишь внешность эквадорца, являясь по сути японцем, так как, усвоив японскую культуру, он, таким образом, усвоит присущие ей коммуникативные стереотипы. Следовательно, логичнее говорить об этнокультурных параметрах. Что же касается языковой принадлежности, то она, как мы знаем, не всегда совпадает с этнокультурной. На английском языке говорят в Великобритании, Ирландии, США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии), на испанском и португальском – в Европе и Латинской Америке и т.д. Языковая общность не исключает культурную разобщенность.

* **К какой этнокультурной группе вы относите себя? Какой язык является для вас родным?**

В-третьих, коммуникативная личность характеризуется физическими (анатомическими, физиологическими, психофизиологическими) признаками. Коммуниканты с особенностями развития, страдающие рядом заболеваний, перенесшие травмы и т.д., не всегда способны осуществлять стандартное общение.

А теперь представим себе, что нам хочется поговорить о превратностях белорусского климата с а) тугим на ухо неграмотным девяностолетним пенджабским крестьянином; б) детсадовской американской группой; в) московским синоптиком; г) слепым от рождения жителем Чукотки. Или поделиться своим восхищением этюдами Шопена с коллегой – эстетом; семнадцатилетним рокером; намыленным соседом, в бешенстве дергающим захлопнувшуюся дверь; родственницей, собирающейся в роддом; музыковедом, написавшим диссертацию о творчестве композитора. А если всё это по телефону? Или в чате? А если болит голова и очень спешишь? А если от этого зависит твое будущее? А если не знаешь языка? А если собеседник – самый обаятельный человек на свете? А если он раздражающе «цыкает зубом», как муж Анны Карениной? А если нужно запомнить каждое слово, чтобы сдать экзамен? А если …

* **Представьте себя участником приведенных выше коммуникативных ситуаций. В каком случае вам было бы общаться проще/сложнее всего?**

Количество параметров, составляющих коммуникативный контекст, чрезвычайно велико, количество возможных значений этих параметров во много раз превышает их число, и не нужно быть математиком, чтобы представить себе многообразие комбинаций факторов, моделирующих коммуникативную ситуацию.

Третий тезис обсуждаемого нами определения: коммуникация есть деятельность, предполагающая *обратную связь*. Термин *обратная связь* можно трактовать двояко. Либо как непосредственную речевую ( *– Как зовут тебя, девица красная? – Родный батюшка – Аленушкой, злая мачеха – змеей подколодной.*) или неречевую (поведенческую) реакцию на некоторый стимул (сообщение): – *Избушка-избушка, повернись к лесу задом, ко мне передом*. (Избушка, понятное дело, поворачивается.) Либо как любое изменение поведения, состояния, ментальной сферы (сказал/побежал, возликовал/заунывал, изменил взгляды на жизнь). В этом случае понятие обратной связи в известной степени соизмеримо с понятием эффективности (результативности) коммуникативного действия. Тезис об обратной связи можно сформулировать и следующим образом: коммуникация есть взаимодействие. Усилия без взаимности нельзя назвать коммуникацией, она всегда обоюдна, всегда – обмен, какими бы неравноценными, неравнозначными ни были стимул и реакция.

В психологии и педагогике бытует противопоставление взаимодействия и воздействия, то противопоставление условное, терминологическое. В контексте указанных отраслей знания оно по сути означает различие коммуникативных интенций инициатора и соответственно сценария коммуникативного эпизода. Если бы воздействие исключало взаимодействие, т.е. обратную связь, оно не могло бы реализоваться. Пытаться «добиться», «внушить», «повлиять» (толкование слова *воздействовать*) можно лишь в том случае, если надеешься на реакцию объекта – взаимодействие.

Четвертый тезис: коммуникация имеет этическое измерение. Это значит, что любое коммуникативное действие может квалифицироваться как в большей или меньшей степени этичное/неэтичное. Как любой элемент нашего трехмерного мира не может быть лишен длины, ширины или высоты, так и коммуникация не может характеризоваться неким этическим нулем. Для того чтобы определить значение этого параметра, существуют три вида «линеек». Первая – общечеловеческие моральные принципы, по сути десять заповедей. Следует сразу оговориться, что и они не совсем экскультурны (быть приглашенным съесть вождя – огромная честь), но в большинстве этнокультурных сообществ «работают». Вторая «линейка» – требования этикета. Они принадлежат конкретной культуре, а в ее рамках носят ситуативный характер. В Америке, знакомясь, не подать руки – неприлично. В Японии неприлично подать. Входя в кабинет декана, не говорят: «Привет, как дела». Жесты, безобидные в рамках одной культуры, оскорбительны в другой. Поманить пальчиком ребенка – очень мило, начальника – опасно. Третья «линейка» – протокол, строго регламентированная система правил, ориентированная на конкретный набор ситуаций с участием определенного круга участников: дипломатический протокол, дворцовый протокол. В известном фильме «Римские каникулы» наследницу некоей скандинавской короны, прибывшую в столицу Италии, инструктируют: «Вам подарят автомобиль, который Вы не примете. Потом Вам подарят дерево. – Которое я не приму? – Которое Вы примете». К сожалению, в начале ХХI в. коммуникация демонстрирует весьма низкие этические показатели. Зато как приятно вдруг увидеть, что мужчина привстал, когда в его кабинет вошла женщина, что студент встал, здороваясь с преподавателем, что мужчины не подают женщине руку первыми, невзирая на начальственный пост, что молодые люди не проскакивают в открытую дамой дверь, что коллеги встают, отвечая на рукопожатие, что ученики не говорят: «Да Вы что, Марья Ивановна!», что собеседники не перебивают друг друга и хотят услышать еще кого-то, кроме себя. Что люди, здороваясь, улыбаются и смотрят друг другу в глаза, что в голосах не звучит металл, а все слова, которые мы слышим, можно найти в любом словаре.

* **Понаблюдайте за речевым поведением окружающих. Всегда ли соблюдаются этические нормы? Какие именно правила, нормы поведения, принятые в современном обществе, нарушаются чаще всего?**

Пятый тезис: в коммуникации может участвовать любое количество людей. От одного и более. «И более» очевидно и не вызывает сомнений. Можно общаться вдвоем, втроем, коммуникантов может быть много (на лекции, на совещании), очень много (на митинге), необозримо много (в массовой коммуникации). «От одного» – требует размышлений.

*Едет Ковбой по прерии. Вдруг выскакивают улюлюкающие индейцы. Ковбой думает: «Это все!». Внутренний голос ему: «Нет не все. Убей вождя!». Ковбой стреляет, и внутренний голос ему говорит: «Вот теперь все*».

С кем разговаривал ковбой? Кто такой этот «внутренний голос»? Когда в человеке «борются долг и любовь», когда, стоя у окна, некто рассуждает, куда должна открываться форточка, наружу или внутрь, когда, переходя улицу, пешеход оценивает достоинства и недостатки упорно не желающих остановиться транспортных средств, – что происходит в этих случаях? Происходит внутриличностная, или автокоммуникация. Адресант и адресат умещаются в рамках одной личности. Вместо модели “Я + Другой”, работает модель “Я + Я”.

Шестой тезис гласит: в ходе коммуникации получаются и отправляются сообщения. Адресант реализует свое коммуникативное намерение, порождая некоторое «послание», предназначенное для определенного адресата. Отправитель надеется, что оно поступит по назначению и без смысловых потерь. Но …

– *Иван Иванович, вы идете рыбу удить?*

*– Нет, я иду рыбу удить.*

*– А … я думал, вы идете рыбу удить* .

* **Приходилось ли вам быть свидетелем подобного диалога? О чем шла речь? Почему отправитель сообщения потерпел коммуникативную неудачу?**

Для развития коммуникативного эпизода существенно только *полученное* сообщение. Неважно, что на самом деле сказал, показал, изобразил адресант. Важно, что увидел, услышал, понял получатель информации. Непринятое, непонятое сообщение коммуникативно бесплодно. Его как бы не существует. Форлиз обратной связи и дальнейшие повороты сценария определяет восприятие.

Седьмой тезис: сообщение всегда закодировано. Да, именно так. Коммуникация оперирует кодами, которые состоят из символов, слов, жестов, условных знаков. Слово никак внутренне не связано с называемым им объектом. Если бы это было не так, слон оставался бы слоном на всех языках мира. Так же условны, произвольны жесты (болгары и русские выражают согласие диаметрально противоположным образом). Цветочный горшок на подоконнике в «Семнадцати мгновеньях весны» свидетельствовал о том, что явка провалена. А мог о том, что не провалена. А мог не цветок, а кнопка, и не на подоконнике, а в двери. Главное – договориться. Если мы с вами сейчас решим, что вместо слова *коммуникация* будем говорить *контрибуция*, а вместо *адресат* – *арбалет* , то в нашем общении в принципе ничего не изменится (пока мы будем помнить, что есть что). Кодов существует множество, но в основе каждого из них лежит язык.

Тезис восьмой и последний: сообщение достигает определенного эффекта. Это означает, что воспринятое сообщение вызывает изменение поведения, т.е. некоторую реакцию. Вопрос в следующем: насколько эта реакция близка к той, на которую рассчитывал адресант. Если она именно такова, то коммуникация абсолютно эффективна. Не будем смешивать эффективность и эффект. Само общение может «произвести эффект», это может быть «эффект разорвавшейся бомбы», но он ни на йоту не добавит эффективности, не приблизит нас к цели: инициатор коммуникативного эпизода планировал другое.

* **Вспомните пример из личного опыта, когда вы планировали добиться одного эффекта, а получили в итоге нечто совершенно другое.**

Как можно было заметить, феномен коммуникации в человеческом обществе покоится на трех китах: намерении (коммуникативной интенции), взаимодействии (обязательная обратная связь) и символике (чтобы говорить о слонах, не нужно водить за собой слоновье стадо).

**Задание 2. Прочитайте следующие определения термина *коммуникация*. Выберите то, которое вы считаете оптимальным, и обоснуйте свой выбор.**

1. Коммуникация – это акт отправления информации от мозга одного человека к мозгу другого человека.

2. Коммуникация – социальное объединение индивидов с помо­щью языка или знаков, установление общезначимых наборов правил для различной целенаправленной деятельности.

3. Коммуникация есть информационная связь субъекта с тем или иным объектом – человеком, животным, машиной.

4. Коммуникация – это встреча разумов.

5. Коммуникация – специфический обмен информацией, процесс передачи эмо­ционального и интеллектуального содержания.

6. Коммуникация – это средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения.

7. Коммуникация – обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов.

8. Коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств.

9. Коммуникация – смысловой аспект социального взаимодействия.

10. Коммуникация – это средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения.

11. Коммуникация – это непременное условие жизни человека и порядка в обществе.

12. Коммуникация – исторически конкретное, зависимое от контекста событие, в ходе которого происходит перераспределение знания и незнания.

13. Коммуникация – это процессы перекодировки невербальной сферы в вербальную, и наоборот.

14. Коммуникация – процесс обмена сигналами.

15. Коммуникация – это передача информации, идей, эмоций, умений и т.д. при помощи символов – слов, картинок, схем, цифр и т.д.

16. Коммуникация – действия, сознательно ориентированные на их смысловое восприятие другими людьми.

17. Коммуникация – это специфическая форма взаимодействия людей в процессах их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющаяся, главным образом, при помощи языка.

18. Коммуникация – это сигнальные способы связи у животных.

19. Коммуникация – это связь между двумя или более индивидами, основанная на взаимопонимании.

**Задание 3. В каком/каких из определений, приведенных в задании 2, подчеркиваются следующие характеристики коммуникации? (Возможно несколько правильных ответов.)**

1. Символический характер коммуникации.

2. Психологический аспект коммуникации.

3. Информационная функция коммуникации.

4. Когнитивная составляющая коммуникации.

5. Возможность участия в коммуникации не только человека.

6. Возможность моделирования человеческих взаимоотношений посредством коммуникации.

7. Возможность апелляции к разуму и эмоциям в ходе коммуникации.

**Задание 4. Эксперимент. Попросите 10–15 знакомых ответить на вопрос о том, что такое коммуникация. Условие: респонденты не должны быть специалистами по теории коммуникации. Каковы полученные результаты? Какой аспект коммуникации подчеркивался в ответах чаще всего? Были ли даны похожие ответы? Сколько респондентов затруднились ответить на вопрос?**

﻿﻿

**Задание 5. Какие подходы к анализу коммуникации вы знаете? В каждую колонку подставьте два возможных названия каждого подхода.**

деятельностный   
содержательно-интерпретативный   
когнитивный   
технологический

|  |  |
| --- | --- |
| А. Данный подход рассматривает коммуникацию как процесс передачи сообщения и является объектом изучения таких наук, как социология, психология, политология. В центре внимания находятся проблемы кодирования и декодирования сообщений, разнообразные коммуникативные каналы, средства связи и пр. Коммуникация в этом случае рассматривается как процесс, целью которого являются изменения в поведении или душевном состоянии получателя сообщения. | ...  ... |
| Б. Данный подход рассматривает коммуникацию как процесс создания смыслов (значений) и обмен ими. Этот подход характерен для семиотики, лингвистики, культурологии. Основным результатом коммуникации в рамках данного подхода считается понимание. | ...  ... |

Проверить

﻿﻿

**Задание 6. Вспомните, какие функции выполняет коммуникация. Подставьте правильный вариант в каждую колонку.**

информативная   
интерактивная (побудительная)   
перцептивная   
экспрессивная

|  |  |
| --- | --- |
| А. Организация взаимодействия между людьми, (распределение функций, влияние на настроение, поведение собеседника путем использования различных форм воздействия: внушение, приказ, просьба). | ... |
| Б. Восприятие друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания. | ... |
| В. Передача истинных или ложных сведений, осуществление процесса движения информации. | ... |
| Г. Возбуждение или изменение характера эмоциональных переживаний. | ... |