

## **Тема 1. Теоретические основы коммуникации**

### **Основные вопросы:**

1. Исторические аспекты теории коммуникации.
2. Теория коммуникации как наука.
3. Понятие коммуникации, его соотношение с понятием общения.
4. Основные формы, аспекты, контексты и средства коммуникации.
5. Коммуникативные барьеры и их виды.

### **1. Исторические аспекты теории коммуникации**

В настоящее время коммуникация является необходимым условием формирования личности, условием нормального развития человека как члена общества, способом познания других людей в социуме и самого себя. Коммуникация играет ведущую роль в существовании любых социальных общностей и объединений, так как без общения не может успешно функционировать ни одна сфера деятельности человека.

Потребности в общении и принадлежности к социуму, согласно иерархии потребностей А. Маслоу, относятся к числу базовых потребностей человека, которые возникают после удовлетворения физиологических потребностей и потребностей в безопасности (рис.1).

Все сказанное выше обусловило интерес к процессу коммуникации на всем протяжении истории человеческой мысли, начиная с древности и по сегодняшний день.

Несмотря на то, что теория коммуникации стала самостоятельным научным направлением только в XX веке, изучение различных аспектов коммуникации началось в еще античные времена в Древней Греции в рамках таких наук как логика (учение о законах и формах мышления) и риторика (учение об искусстве красноречия).

В эллинистический период в рамках грамматики стали активно изучаться язык и основные законы лингвистики.

В эпоху Средневековья риторика, грамматика и диалектика составляли так называемый «тривиум» - три первых и основных предмета для изучения в учебных заведениях. В это же время возрождается такая наука как герменевтика, которая изучает вопросы понимания и толкования текстов.

В Новое время научный статус обретают такие дисциплинарные отрасли как языкознание, психология и социология, которые в то время были далеки от вопросов изучения теории коммуникации.

В XX веке ситуация в корне начинает меняться, что связано с возникновением такой научной дисциплины как семиотика, которая изучает коммуникативные системы и знаки, используемые в процессе общения.

В это же время зарождается социальная психология, в которой проблемы коммуникации занимают ведущее место в изучении. Ключевыми разделами социальной психологии становятся общение и взаимодействие людей, психология групп и психология личности.



Рисунок 1. Пирамида потребностей А.Маслоу

Но конечно, главным фактором, который обусловил резкий скачок количества исследований в области коммуникации, было развитие технических средств передачи информации и их последующая модификация.

Эти процессы не только способствовали ускорению передачи информации, но и сделало ее массовой, что привело к возникновению информационного общества.

Такое изменение роли коммуникации в жизни социума неизбежно привело к необходимости научного целенаправленного и системного изучения коммуникативного процесса во всех его проявлениях.

Во второй половине XX века формируется общая теория коммуникации, которая приобретает статус науки о коммуникации, которая в свою очередь носит название коммуникология и носит междисциплинарный характер.

Коммуникология на современном этапе научного познания как самостоятельная наука изучает коммуникацию, ее структуру, место и роль в обществе, средства, функции, различные аспекты коммуникации, коммуникационные процессы, вопросы межличностной, деловой и межкультурной коммуникации и т.д.

## 2. Теория коммуникации как наука

В настоящее время теория коммуникации представляет собой комплексную область современного научного знания, которая включает в себя результаты исследований целого ряда наук (философия, психология, политология, культурология, лингвистика, экономика), а также различные уровни освоения коммуникационной действительности (общетеоретический, технологический, частно -научный и эмпирический).

С конца XX века и по сегодняшний день в мировом научном сообществе, в том числе и в России, наблюдается значительное повышение исследовательского интереса к вопросам коммуникации. Данный факт связан с развитием информационных технологий и усилением роли общения в различных социальных сетях.

Категориальное поле теории коммуникации как научной области знаний является достаточно широким. В него входят такие понятия как «информация», «информационный обмен», «общение», «взаимодействие», «коммуникация», «коммуникативное пространство», «коммуникативное время» и т.д.

Основным понятием теории коммуникации, несомненно, выступает сам термин «коммуникация» во всей своей семантической многозначности (рис.2).

Несмотря на то, что различные проблемы и аспекты коммуникации исследуются с позиции гуманитарных, естественнонаучных и технических областей знания, для теории коммуникации наиболее значимым выступает социальный аспект коммуникации.

Согласно данному аспекту, коммуникация представляет собой специфическую форму взаимодействия людей по обмену информацией, который осуществляется посредством использования различных знаковых систем.



Рисунок 2. Значения термина «коммуникация»

В определении объекта и предмета теории коммуникации можно выделить два основных подхода, которые, на наш взгляд не противоречат друг другу, а являются взаимодополняющими. Кратко остановимся на данных подходах.

*Первый подход* к определению предмета теории коммуникации отражает ситуацию, когда не существует одной теории коммуникации, но есть много теорий коммуникации. Согласно такому подходу, категориальное поле теории коммуникации постепенно расширяется с появлением новых знаний из области других наук, а предмет исследования попросту заменяется объектом.

*Второй подход* предполагает, что параллельно с другими науками, изучающими процесс коммуникации, должна существовать *общая теория коммуникации*, изучающая коммуникацию в качестве единственного и основного объекта исследования.

Можно сказать, что в самом общем смысле теория коммуникации как наука включает в себя все коммуникационное знание, которое представляет собой ряд дисциплин, изучающих коммуникацию наряду со своим основным предметом исследования (*коммуникативистика*). В более узком смысловом значении теория коммуникации изучает лишь универсальные механизмы и закономерности обмена информацией (*коммуникология*).

При описанных выше подходах в качестве *объекта теории коммуникации* выступает информационный обмен между системами различного типа (биологическими, социальными, техническими), а *предметом* изучения являются законы социальной коммуникации, которые обеспечивают существование и развитие человеческих взаимоотношений.

Все сказанное выше позволяет рассматривать термины «теория коммуникации» и «наука о коммуникации» как синонимичные понятия. В задачи любой науки входит деятельность, ориентированная на вскрытие определенных закономерностей в той области знаний, которая является объектом ее изучения. Конечным результатом такой исследовательской деятельности могут служить сформулированные объективные законы, позволяющие объяснять и в какой - то мере и спрогнозировать многообразные факты и явления окружающей нас действительности. Так как законы социальной коммуникации являются основным предметом изучения в теории коммуникации, то остановимся на характеристике их основных особенностей.

- *Законы коммуникации имеют одновременно объективный и субъективный характер.*
- *Законы коммуникации выражают всеобщий характер информационного обмена и вместе с тем отражают взаимосвязи в обществе и его частях.*
- *Законы коммуникации можно классифицировать на динамические и статистические.*
- *Законы коммуникации функционируют в комплексе с иными*

*социальными и природными законами (экономическими, психологическими, политическими и др.).*

Обозначенные особенности связаны с тем, что коммуникативные потребности присущи каждому человеку, а удовлетворение этих потребностей определяется интересами и действиями конкретного индивида.

Кроме того, информационный обмен в условиях социума возможен лишь при *наличии определенных условий, отсутствие которых* делает коммуникацию невозможной. Следовательно, целесообразно обозначить и эти основные условия, придав им статус «законов» социального взаимодействия:

- любая коммуникация является актом взаимодействия, поэтому возможна только при наличии нескольких сторон (минимум двух участников);

- любая коммуникация базируется на обратной связи, которая является необходимым условием ее осуществления;

- любая коммуникация осуществляется с помощью знаков (слов, жестов, взглядов и др.) и знаковых систем (вербальная, невербальная, ольфакторная системы и др.);

- любая коммуникация возможна лишь при несовпадении информационных потенциалов взаимодействующих субъектов, так как их полное совпадение делает невозможным информационный обмен.

### **3. Понятие коммуникации, его соотношение с понятием общения**

Слово «коммуникация» имеет латинское происхождение («communico») и дословно означает «делаю общим, связываю, общаюсь». Анализируя семантическое поле данного понятия, можно констатировать, что главными смысловыми значениями понятия «коммуникация» являются такие понятия как «связь», «сообщение» и «общение».

Следует отметить, что сегодня в психолого-педагогической литературе существует несколько трактовок понятия «коммуникация». В рамках данной главы рассмотрим лишь некоторые из них в рамках различных подходов:

- универсальный подход: «коммуникация» - специфический метод связи различных объектов материального и духовного мира;

- технический подход: «коммуникация» - способ сообщения, связь одного места с другим, средства передачи информации и иных материальных и идеальных объектов из одного места в другое;

- социальный подход: «коммуникация» - многообразные связи и отношения, которые возникают в социуме между людьми в формате их общения между собой;

- психологический подход: «коммуникация» - обмен между участниками процесса общения информацией, эмоциями и чувствами, а также опытом деятельности посредством определенных символов той или иной знаковой системы.

С точки зрения социально-психологического подхода, понятие «коммуникация» связано с информационными обменами, которые возникают между людьми в процессе их совместной деятельности и общения.

Термин «коммуникация» понимается нами как акт и процесс установления контактов между различными субъектами взаимодействия посредством выработки общего смысла передаваемой и воспринимаемой информации.

В самом общем виде коммуникативный процесс можно представить в виде схемы (рис.3).



Рисунок 3. Схема процесса коммуникации

Наглядно видно, что в роли *участников* коммуникации выступают люди, участвующие в процессе коммуникации в роли отправителей (коммуникаторов) и получателей сообщений (реципиентов).

Кроме участников, в структуре коммуникации можно выделить:

- ✓ *символы* – словосочетания, слова, звуки и действия, имеющие конкретное смысловое содержание значения;
- ✓ *кодирование* - процесс трансформации мыслей и чувств в слова, звуки и действия (внешнее оформление);
- ✓ *декодирование* - процесс обратной трансформации сообщений в мысли и чувства (внутреннее оформление).

Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно тогда, когда участники общения обладают единой системой ее кодирования. В качестве такой системы кодирования часто выступает тот или иной национальный язык.

Исходя из рассмотренных определений понятия «коммуникация», можно сделать вывод о том, что оно очень близко понятию «общение», поэтому в научной литературе они часто употребляются как синонимы. На наш взгляд, это не совсем правильно, так как категория «общение» всегда носит социальный характер и является неотъемлемой стороной социального взаимодействия людей.

В психолого-педагогической литературе общение трактуется как сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между

людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности.

На уровне данного определения видна существенная разница значениях терминов «общение» и «коммуникация», так как даже молчание собеседников может быть общением, чего нельзя сказать о процессе коммуникации.

Кроме того, общение носит социальный характер, но общаться человек может не только с другим человеком, или с группой людей, а также и с другими субъектами, не относящимися к роду человеческому, например, с животными.

Структуру общения составляют три взаимосвязанных компонента, каждый из которых выполняет определенные функции:

- коммуникативный компонент (обмен информацией между субъектами общения);

- перцептивный компонент (восприятие и понимание партнера по общению);

- интерактивный компонент (взаимодействие субъектов общения).

Общение носит более многоаспектный характер, чем процесс коммуникации, так как оно предполагает не только обмен информацией, но и практическими действиями, а так же чувствами и эмоциями. В коммуникации главный ключевой момент - передача информации.

Таким образом, общение обязательно предполагает коммуникацию в качестве одного из элементов, но не сводится к ней.

#### **4. Основные формы, аспекты, контексты и средства коммуникации**

В рамках рассмотрения классификации основных параметров процесса коммуникации, мы остановимся на таких характеристиках как: форма, аспект, контекст, средство. Представленные характеристики процесса коммуникации являются лишь самыми основными и существенными с нашей точкой зрения.

В теории коммуникации выделяют три основные коммуникативные формы (рис. 4.)

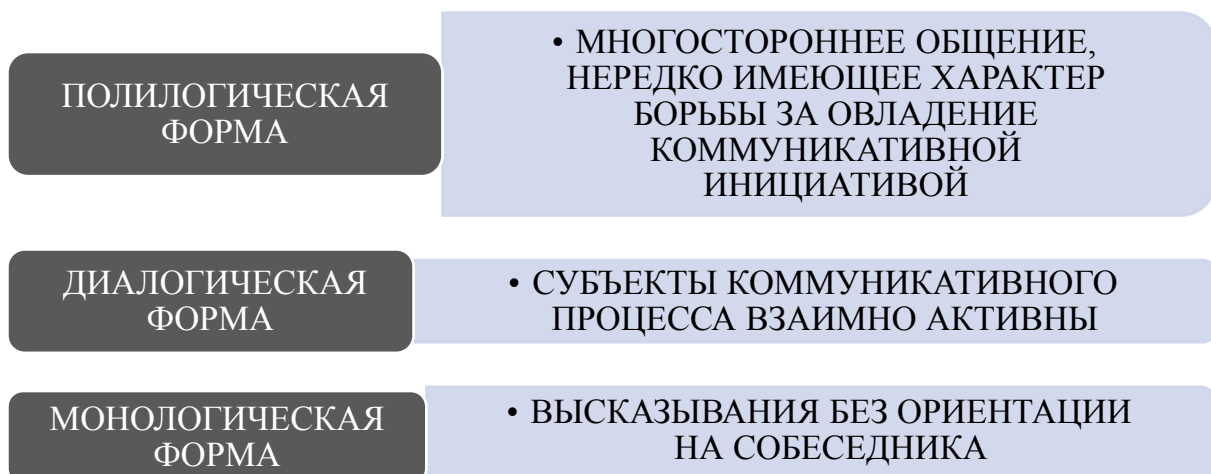


Рисунок 4. Основные коммуникативные формы

Еще одной общепринятой классификацией видов коммуникации является типология коммуникации на основании уровня или контекста, в котором она осуществляется. Согласно данному критерию выделяют следующие виды коммуникации:

- межличностную (непосредственный информационный обмен между участниками коммуникации, общение их «лицом к лицу»);
- групповую (информационный обмен в малых социальных группах (от 3 до 30 человек));
- массовую (процесс распространения информации посредством специальных средств (печать, телевидение, радио, интернет - ресурсы, социальные сети и т. д.), в результате чего информация поступает сразу к большому количеству людей).

При характеристике процесса коммуникации многие отечественные и зарубежные исследователи используют понятие «направленность информационных сигналов». В связи с этим в теории коммуникации выделяют два основных аспекта коммуникации:

- *аксиальный* коммуникативный процесс – коммуникация, при которой информация направлена отдельным людям или конкретным социальным группам;
- *ретиальный* коммуникативный процесс – коммуникация, при которой информация направлена множеству вероятных адресатов.

В теории коммуникации физическое, социальное, историческое, психологическое и культурное окружение, в котором проходит процесс коммуникации называют ее контекстом. Можно выделить несколько контекстов коммуникации (рис.5).





Рисунок 5. Контексты коммуникации

*Физический контекст* коммуникации - местоположение, условия окружающей среды (температура, освещение, шум), физическое расстояние между субъектами коммуникации и время года и суток.

*Социальный контекст* коммуникации включает в себе цель коммуникации и уже существующие взаимоотношения между ее субъектами. Например, то, в какой ситуации происходит коммуникативный акт (в кругу семьи, на деловой церемонии или среди близких друзей, знакомых, коллег, незнакомых людей) влияет на содержание информационных сообщений и на то, как эти сообщения формируются, передаются, понимаются участниками коммуникации.

*Исторический контекст* коммуникации состоит из наличия связей, которые сформировались между субъектами коммуникации в предыдущих коммуникативных актах и оказывают влияние на понимание передаваемой и воспринимаемой информации в текущей коммуникативной ситуации.

*Психологический контекст* коммуникации - эмоциональный настрой и чувства, которые субъекты взаимодействия включают на сознательном и бессознательном уровнях в коммуникативный акт.

*Культурный контекст* коммуникации - мировоззрение, убеждения, ценностные ориентации, социальная иерархия, религиозная принадлежность субъектов коммуникации.

Средства коммуникации условно можно разделить на две большие группы: вербальные (речевые) и невербальные (безречевые).

*Вербальная коммуникация* использует в качестве знаковой системы какой либо национальный язык и речь: устную (слышимую) и письменную (видимую) речь. При этом, следует отличать понятия «язык» и «речь», так как язык – это понятие объективное, а речь является понятием субъективным.

*Язык* - система условных устных и письменных символов (знаков), имеющих для одной и той же этнолингвистической социальной группы одинаковый значение и смысл.

*Речь* – это психический процесс формирования и передачи мысли средствами языка. В теории коммуникации различают внешнюю и внутреннюю, устную и письменную речь, каждая из которых обладает своими особенностями. Кроме того, в риторике выделяют основные показатели культуры речи (рис.6).



Рисунок 6. Основные показатели речевой культуры

*Невербальная коммуникация* – информационный обмен между людьми с помощью различных неречевых средств, т.е., обмен невербальными сообщениями и их интерпретация в конкретной ситуации.

Невербальные средства общения позволяют усилить или ослабить речевое влияние коммуникатора, помогают участникам коммуникативного процесса выявить намерения друг друга (рис.7.)

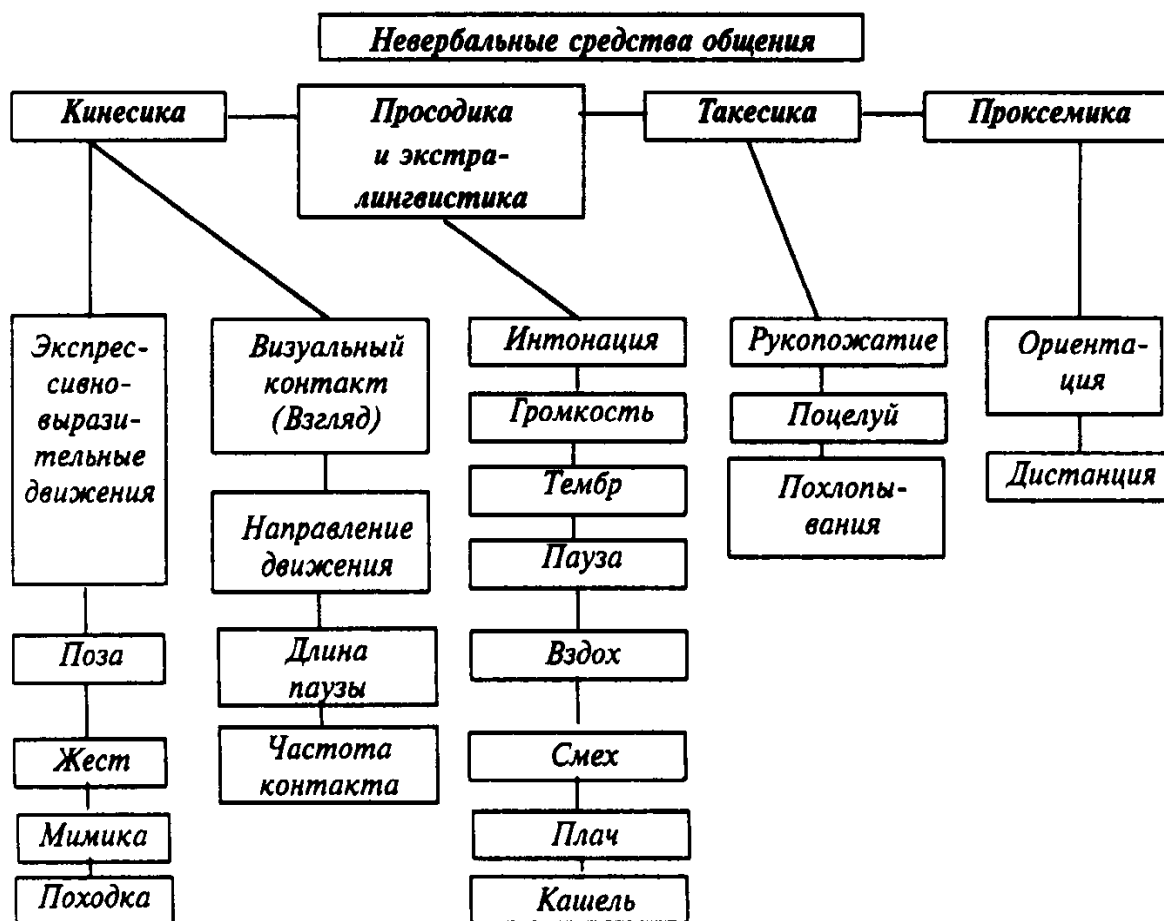


Рисунок 7. Средства невербальной коммуникации

К средствам невербальной коммуникации так же относят *ольфакторную систему*, которая основывается на обонянии человека и включает в себя приятные и неприятные для него запахи окружающей среды, а так же искусственные и естественные запахи.

В теории коммуникации большое внимание уделено понятию *конгруэнтности* (от лат. «congruens» - соразмерный), по которой понимают согласованность информации, одновременно передаваемой человеком вербальным и невербальным способом.

### 1. Коммуникативные барьеры и их виды

В процессе коммуникации важными составляющими являются обратная связь и помехи (шумы и коммуникативные барьеры) при обмене информацией.

*Обратная связь* - это определенная реакция получателя (реципиента) на полученную информацию от коммуникатора. Обратная связь в коммуникации реализуется посредством разных сигналов (устный или письменный ответ, уточняющий вопрос, кивок головой, эмоциональный взгляд, улыбка, смех и т.д.).

Эффективной обратной связи могут помешать различные шумы и наличие коммуникативных барьеров (рис.8), которые тесно связаны между собой.

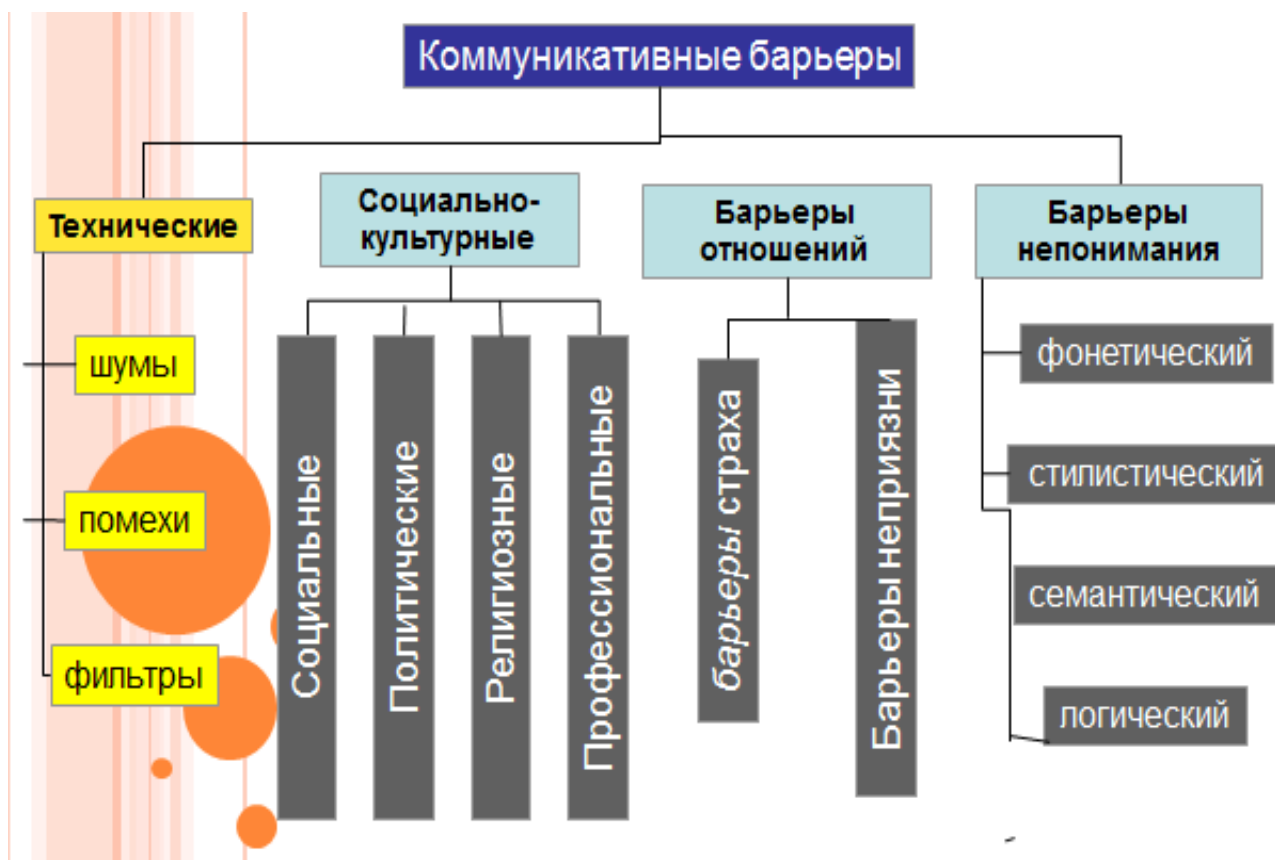


Рисунок 8. Факторы, препятствующие эффективной обратной связи

Рассмотрим данные факторы с позиции теории коммуникации более подробно.

Под *шумом* понимается любой внешний, внутренний или семантический раздражитель, мешающий эффективности процесса обмена информацией между субъектами коммуникации.

К *внешним шумам* относят различные предметы, звуки и другие стимулы окружающей среды, отвлекающие внимание людей от восприятия информации (например, ваш руководитель дает пояснения по поводу новых трудовых обязанностей, а вас отвлекает радио, по которому передают вашу любимую песню).

К *внутренним шумам* относят собственные мысли и чувства человека, возникающие у него во время с коммуникативного акта (например, погружение в мысли или воспоминания во время речи собеседника).

*Семантические шумы* - это значение, непреднамеренно переданное посредством вербальных или невербальных знаков и препятствующее точности их понимания (например, использование собеседником в речи нецензурной лексики или сленговых выражений может отвлечь вас от остальных сказанных им слов).

*Коммуникативные барьеры* в науке о коммуникации трактуются по разному:

- как психологические препятствия, возникающие на пути передачи адекватной информации и ее правильной интерпретации;

- как психологические или лингвистические препятствия на пути нормальных взаимоотношений, а также адекватной передачи информации между субъектами общения;

- как психологические трудности, возникающие в процессе обмена информацией, служащие причиной для конфликтов, или препятствием для взаимопонимания или взаимодействия субъектов.

Среди *барьеров непонимания* можно выделить следующие уровни непонимания - фонетический, семантический, стилистический и логический.

*Фонетический барьер* обусловлен различными знаковыми средствами передачи информации (плохая дикция, наличие речевых дефектов, заикание, слишком громкая или слишком тихая речь, слишком быстрый или слишком медленный темп речи, наличие диалекта или акцента и т.д.).

*Семантический барьер* обнаруживает себя, когда люди по каким-то причинам не понимают смысла сказанного собеседником. Например, когда люди являются носителями разных субкультур, которые отличаются друг от друга своими обычаями, нормами и ценностями; имеют свой, отличный от других, специфический язык (жаргон, сленг).

Под жаргоном понимают речь социальной или профессиональной группы, содержащая множество свойственных только этой группе слов и выражений.

Сленг - экспрессивно окрашенные элементы речи, несовпадающие с нормами литературного языка.

*Стилистический коммуникативный барьер* возникает из-за разности стиля при подаче информации, т. е. использованием разных средств языка для выражения мыслей. Стилистический барьер непонимания возникает при несоответствии стиля речи отправителя информации и коммуникативной ситуации, стиля речи и актуального психологического состояния получателя информации. Барьеры коммуникации возникают потому, что стиль может быть неуместным, слишком трудным, не соответствовать коммуникативной ситуации и намерениям партнера.

*Логический барьер* возникает при несогласии коммуникаторов с приводимыми каждым из них доводами. Он неизбежен, если взаимодействующие стороны имеют разные представления о существенных основаниях суждения или выбирают разные стратегии в построении умозаключений (индукция, дедукция, аналогия).

Среди *барьеров социокультурных различий* выделяют социальные, возрастные, гендерные, образовательные, демографические, политические, религиозные, профессиональные и прочие различия, которые связаны с разными уровнями культурного развития субъектов взаимодействия.

Социальные коммуникативные барьеры определяются принадлежностью субъектов взаимодействия к разным социальным слоям

общества. Например, политические барьеры встречаются при разной идеологии и разных представлениях о структуре и смысле власти.

*Барьеры отношений* появляются тогда, когда во взаимодействие вмешиваются негативные чувства и эмоции по отношению источнику информации (барьеры страха, отвращения, брезгливости и др.). Например, негативное отношение к собеседнику переносится на исходящую от него информацию, даже если она является важной и правдивой.