

# 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



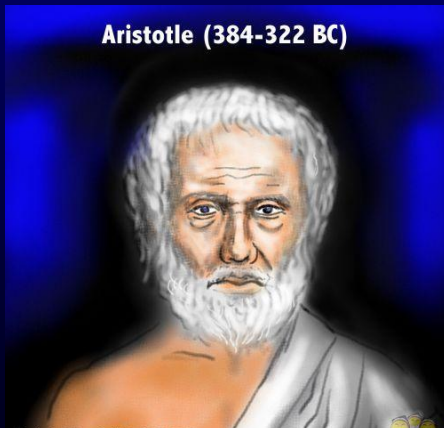
**РЕЧЬ**



СЛУШАТЕЛЬ



Aristotle (384-322 BC)

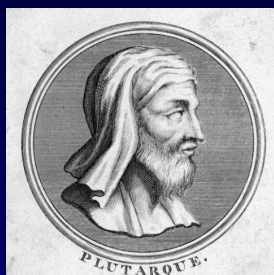


- Речь складывается из трех элементов:
- из самого оратора,
  - из предмета, о котором он говорит,
  - из лица, к которому он обращается:  
он-то и есть конечная цель всего  
*(я разумею слушателя)*

# 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?*

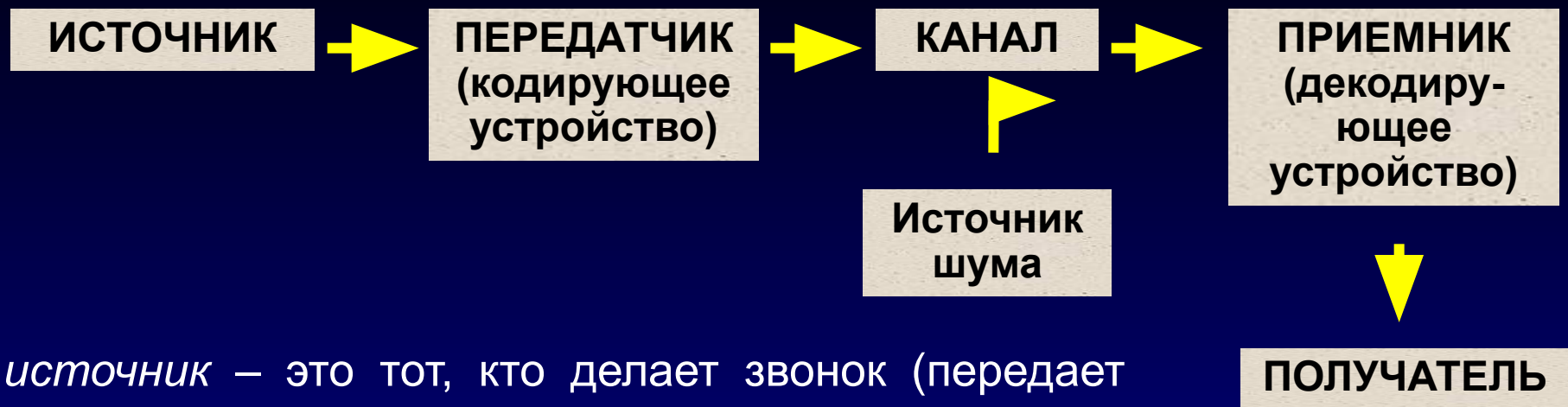
*С какими ресурсами?*

*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;

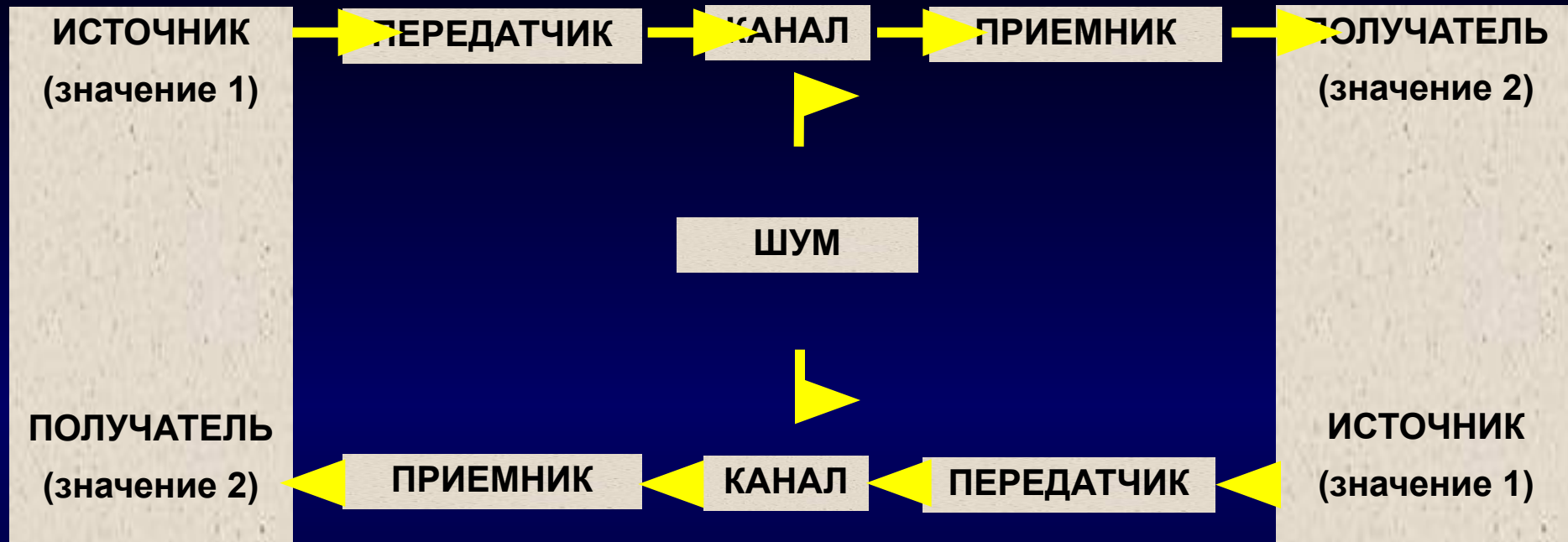
*телефонный провод* – канал;

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

*приемник* – человек, которому адресовано сообщение.



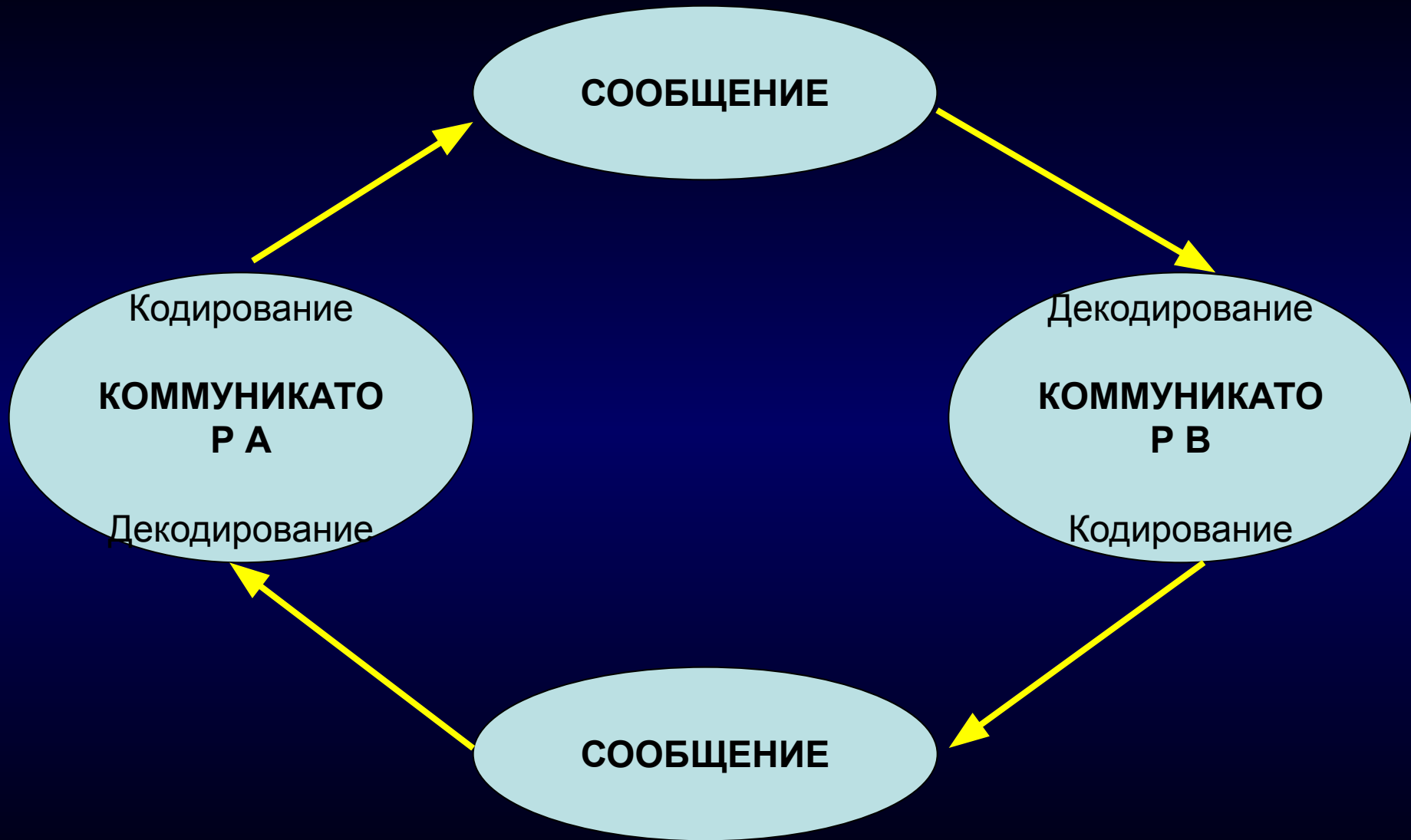
## МОДЕЛЬ де ФЛЕРА (1966 г.)



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.

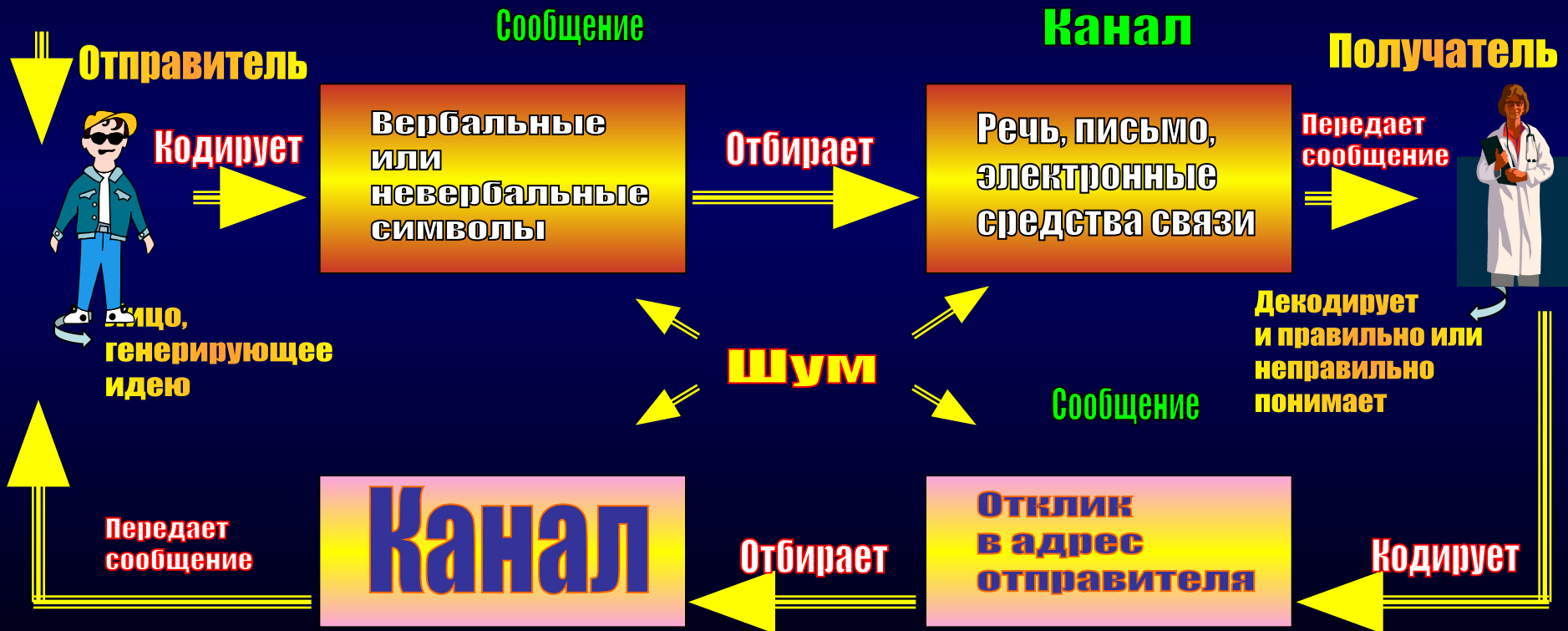
# МОДЕЛЬ ШРАММА И ОСВУДА (1954 г.)



# 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

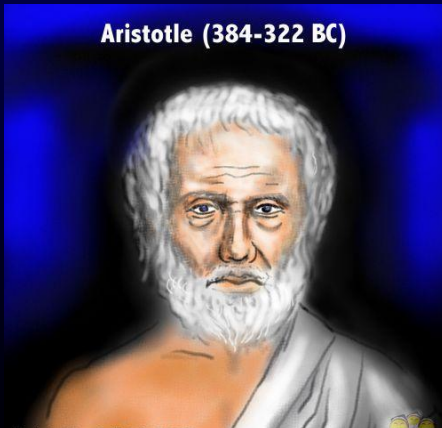
Увлеченность

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**