

ВТОРА ТЕМА

КОМУНИКАЦИЯ. СТРУКТУРА НА КОМУНИКАТИВНИЯ ПРОЦЕС. ВИДОВЕ КОМУНИКАЦИЯ

КОМУНИКАЦИЯТА се разглежда като:

1. Предаване на информация (идеи, образи, оценки, нагласи) от едно лице на друго/и.
2. Линия, канал, посредством който се осъществява връзката между комуникиращите
3. Взаимодействие, с помощта на което информацията се предава и приема.

ОСОБЕНОСТИ НА КОМУНИКАТИВНИЯ ПРОЦЕС

- * Налични отношения между индивидите, всеки от които е активен субект (предполага се, че текущата информация се основава на общи интереси или обща дейност)
- * Възможност за взаимоповлияване между партньорите посредством използваните знакови символи
- * Комуникативното влияние може да се реализира единствено при условие, че се използва единна знакова система, елементите на която могат да бъдат кодирани и декодирани от комуникиращите (кодификация-декодификация двупосочно комуникатор - реципиент)
- * Възможност от поява на комуникативни бариери

Комуникацията като съвместна дейност има основни признаци:

- Единни за участниците цели, включени в дейността
- Обща мотивация
- Обединяване на индивидуалните действия
- Разграничаване на единния процес на отделни функционално свързани операции и разпределението им сред участниците
- Съгласуване на индивидуалните дейности в последователна програма (вкл. и време /темп, интензивност/, пространство и др.)
- Управление
- Единство на крайния резултат
- Единство на пространството и едновременно изпълнение на индивидуалните дейности

Ако общуването се разглежда като **обмен на информация**, то спецификата на междуличностната комуникация се проявява чрез различни процеси и феномени: обратна връзка, комуникативни бариери, комуникативни влияния и различни нива на предаване на информацията.

Обратната връзка може да бъде пряка (директна) или непряка (индиректна). Индиректната обратна връзка се изразява в “завоалирана” форма – риторични въпроси, насмешка, иронични забележки, неочаквани емоционални реакции. Получаването на такива послания се базира на уменията на индивида да “разчете” информацията. В този смисъл декодирането на посланията (съобщенията) зависи от: личностните особености на комуникатора, от неговите представи за реципиента и отношението му към него; посланието (съобщението) е изменяемо, трансформира се под влияние на индивидуално-психологическите особености на реципиента и от отношението му към автора на посланието.

Разпространението на информацията преминава през т.нар. филтър “доверие-

недоверие”. В този смисъл съществува лъжлива и достоверна информация. Информацията може да бъде подбудителна (молба, съвет, изискване) и констатираща (не предполага промяна в поведението).

Информацията може да бъде предавана по вербален или невербален път.

КОМУНИКАТИВНИ СТИЛОВЕ

Посредством тях се осъществява взаимодействие между общуващите. В теорията се определят 10 комуникативни стила:

- 1) **Доминантен** (стратегия, насочена към снижаване ролята на другия);
- 2) **Драматичен** (преувеличаване и емоционална окраска на съдържанието на съобщението);
- 3) **Диспутивен/спорен** (агресивен или доказващ);
- 4) **Успокояващ** (разтоварващ подход при общуване, който намалява психическото напрежение и тревожност у събеседника);
- 5) **Впечатляващ** (стратегия, ориентирана към създаване на определен ефект);
- 6) **Точен** (целенасоченост и конкретност на съобщението);
- 7) **Внимателен** (демонстриран интерес към казаното от другите);
- 8) **Въодушевен** (често използван чрез невербални сигнали — контакт с очите, жестикулация, движение на тялото и т.н.);
- 9) **Дружелюбен** (тенденция към открито поощрение на другите и интерес към привличането им в общуването);
- 10) **Открит** (демонстриране на смело изразяване на мнения, мисли, емоции, чувства)

СТРУКТУРА НА КОМУНИКАТИВНИЯ ПРОЦЕС

Социално-психологически типове взаимодействия:

Сътрудничество; Противопоставяне; Избягване; Съдействие; Противодействие; Контрастно взаимодействие; Компромис.

Компоненти на комуникативния процес:

Комуникатор→Съобщение→Канал→Реципиент→Обратна връзка

Комуникатор е предаващия информацията. Комуникаторът може *открито* да заяви позициите си, като разкрие пред аудиторията своите позиции и мнение; *Отстраняване/дистанция* – когато комуникаторът демонстрира явно неутрално комуникативно поведение, не приема други становища, но и не заявява позицията си; *Закрито* – когато комуникаторът преднамерено укрива своето мнение с допълнителни средства.

Комуникативната информация може да бъде **подбудителна** и **констатираща**.

Подбудителната информация може да бъде представено чрез заповед, съвет или молба. Стимулирането може да бъде:

- *Активация* – подбуждане към действие в необходимото направление;
- *Интердикция* – спиране на нежеланите реакции и действия;
- *Дестабилизация* – разсъгласуване или нарушаване на някои автономни форми на поведението и дейността.

Констатиращата информация се представя най-често чрез съобщение и не предполага промяна на поведението и дейността.

Комуникационен канал – път, по който се предава информацията. В него обаче съществува т.н. филтър “доверие – недоверие” – истинната информация да бъде приета като неистинна, а невярната – като вярна. Съществуват средства (вербални и

невербални), които намаляват силата на действие на филтъра, обединяването на които се назова чрез понятието фасцинация. Пример за фасцинация може да бъде музикалното, пространственото или цветовото съпровождане на речта. В процеса на комуникация не само се обменя информация, но протича взаиморазбиране между партньорите (индивидуална интерпретация на информацията). *Личностният компонент* зависи от: наличния комуникативен и когнитивен опит, от психологическите характеристики на личността, от персоналното отношение към реципиента, от комуникативната ситуация и от съдържанието на съобщението.

Реципиент (аудитория) – приемащия информацията. Реципиентът трябва да има изградени комуникативни навици като *нерефлексивно и рефлексивно слушане*.

Нерефлексивното слушане (внимателно мълчание) се наблюдава при поставяне на проблема (формулиране) и при “емоционално разреждане”.

Рефлексивното слушане се използва в ситуация на решаване на проблем и необходимост от емоционална поддръжка на комуникатора.

Обратна връзка – необходим компонент, който изяснява съдържанието/смисъла на съобщенията. Механизмът е в посока от реципиента към комуникатора, как и доколко посланието е декодирано и разбрано (как реципиента възприема и оценява комуникативното поведение на комуникатора). Разграничават се: директна и индиректна обратна връзка. Първият вид е открит обмен на информация. Вторият (косвената обратна връзка) – завоалирана форма за предаване на психологическата информация. За обратна връзка могат да се използват риторични въпроси, насмешка, иронични реакции, смисълът на които трябва да бъде “доловен” (какво иска да каже реципиента).

ВИДОВЕ КОМУНИКАЦИЯ

МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ – съвкупност от открити процеси за предаване на социално значима информация, която може да бъде целенасочено регулирана и използвана от определен кръг хора за утвърждаване на духовни ценности, за оказване на идеологическо, политическо, икономическо или организационно въздействие върху оценките, мненията и поведението на големи групи от хора.

Масовата комуникация се характеризира с наличие на широкомащабни комуникативни процеси, с разсъсредоточеност на аудиторията, с предаване на информацията чрез различни канали (книгоразпространение, периодика и т.н.) и с принципно висока достъпност до всеки желаещ.

Анализът на масовата комуникация като “културна индустрия” е направен за пръв път в публикациите на психолозите-теоретици Т. Адорно и М. Хоркхаймер. Според тяхната концепция масовата комуникация отразява негативното, критическото отношение към състоянието на съвременното общество, поради което акцентът от авторите бива поставен не на положителните ефекти и резултати в обществения прогрес (които играят съществена роля в демократичните процеси), а на използването на масовата информация за манипулиране на съзнанието. Повечето изследователи на масовата комуникация се обединяват около становището, че нейният характер и цели като средство за реализиране на идейно-политически борби, управление, пропаганда, разпространение на култура, реклама, с което се определя социалната природа на обществото.

МЕЖДУГРУПОВА КОМУНИКАЦИЯ – взаимодействие между хората, което е детерминирано от принадлежността им към различни групи или категории от населението, независимо от междуличностните им връзки и индивидуални предпочитания.

МЕЖДУНАЦИОНАЛНА КОМУНИКАЦИЯ

- Предаване на информация, сведения, съобщения между различни национални общности, които могат да имат едно- или двустранен характер.
- Процес на предаване на информация посредством речта, езика, звукови, знакови и други системи.
- Социално-психологически процеси и явления, които възникват в хода на непосредственото взаимодействие и общуване между хората от различни националности.

Различават се три вида международна комуникация:

- ❖ Първият – обмен на информация между представители на различни етнически общности, с отчитане на техните традиции, обичаи, ценности;
- ❖ Вторият – международен информационен обмен, който в голяма степен се повлиява от закономерностите в общуването, социално-психологическите особености на взаимодействие между национално-етническите групи и специфичната проява на етническите стереотипи.

НАЦИОНАЛНА КОМУНИКАЦИЯ – система от вътрешно-етнически и вътрешно национални връзки и контакти. Характерът и се определя от самобитността на националната култура, език, народопсихология и традиции. Националната комуникация се отнася (и отразява) до потребността от общуване и връзки в хода на икономическото, политическото развитие на нацията, обмен на културните достижения, продуктите и резултатите от трудовата дейност. Наблюдава се тенденцията – колкото е по-високо е развита вътрешно националната и вътрегруповата интеграция, толкова по-високи са постиженията в икономиката и културата, толкова по-интензивни са социално-политическите и междугрупови контакти и комуникативни връзки.

Функционирането и развитието на комуникативно-поведенческите национално-психологически особености неразривно е свързано с процесът на формиране на националното самосъзнание.