

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ

Для магистрантов специальности
1-23 80 11 Коммуникации

ТЕОРИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ

- **Цель учебной дисциплины** - комплексное освоение магистрантами основных теоретических представлений о коммуникации как системе производства, распространения, обмена, потребления социально значимой информации по массмедийным и интермедийным каналам в индивидуальном, групповом, массовом форматах при помощи разнообразных коммуникативных средств.
- **Задачи учебной дисциплины:**
- углубить знания магистрантов о природе, многообразии форм и специфике коммуникационных процессов в обществе;
- обеспечить магистрантов знаниями о структуре процессов коммуникации, условиях и закономерностях их эффективного протекания;
- сформировать навыки для комплексного исследования и оптимизации процессов коммуникации;
- усовершенствовать способности магистрантов к плодотворному общению в различных ситуациях социального взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дзялошинский, И. М. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России / И. М. Дзялошинский, А. В. Шариков // Медиаскоп. - 2017. - Вып. 3. - [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>.
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.
3. Маккуэйл, Д. Журналистика и общество / Д. Маккуэйл. - М., 2014.
4. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. - Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014.
5. Черных А. Ритуалы и мифы медиа. - М., СПб., 2015.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кастельс М. Власть коммуникации [Текст]: учеб. пособие. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016.
2. Луман Н. Реальность массмедиа. - М.: «Канон+», 2012.
3. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. - М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.

ТЕМА 1. КОММУНИКАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ И ПРЕДМЕТ ИЗУЧЕНИЯ

1. Понятие и сущность процесса коммуникации.
2. Субъектно-субъектный характер коммуникации. Коммуникация и общение.
3. Условия и постулаты эффективной коммуникации.
4. Коммуникативные процессы у человека и животных.
5. Полисемантичность понятия информации.
6. Знаковый характер информационного взаимодействия.
7. Ресурсный и коммуникативный подходы к проблеме информации. Информация и знание. Когнитология как наука.

ЗНАЧЕНИЯ

ТЕРМИНА «КОММУНИКАЦИЯ»

1. **Универсальное (предельно широкое)**, при котором коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира;
2. **Техническое**, соответствующее представлению о коммуникации как о пути сообщения, связи одного места с другим, средствах передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое;
3. **Биологическое**, широко используемое в биологии, особенно в разделе этологии, при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.;
4. **Социальное**, используемое для обозначения многообразных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В данном случае речь идет о *социальной коммуникации* - коммуникативных процессах в обществе.

ЧТО ТАКОЕ КОММУНИКАЦИЯ?

- ⦿ передача информации
- ⦿ обмен информацией
- ⦿ стремление поделиться мыслями и чувствами, разделить их
- ⦿ «рождение» новых, не существовавших до акта коммуникации мыслей, образов, чувств.

ПОДХОДЫ К КОММУНИКАЦИИ

В механистическом подходе

под коммуникацией понимается
однонаправленный процесс кодирования
и передачи информации источником.

В деятельностном подходе

коммуникация понимается как совместная
деятельность участников коммуникации,
в ходе которой вырабатывается общий
(до определенного предела) взгляд
на вещи и действия с ними.

КОММУНИКАЦИЯ КАК ТРАНСАКТНЫЙ ПРОЦЕСС

- любой субъект коммуникации является отправителем и получателем сообщения не последовательно, а одновременно, и любой коммуникативный процесс включает в себя, помимо настоящего (конкретной ситуации общения), непременно и прошлое (пережитый опыт), а также проецируется в будущее.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИИ

- процесс социального взаимодействия между людьми, взятый в своей знаковой форме.
- специфическая форма взаимодействия людей по обмену информацией для достижения общих смыслов и согласования деятельности, осуществляемая при помощи разнообразных знаковых систем.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ

1. обмен в коммуникации имеет характер обмена сообщениями, а не просто вещами или предметами («пять апельсиновых зернышек», «черная метка»);
2. глубинную суть процесса коммуникации составляет процесс расшифровки, уразумения сообщения, т.е. того круга значений, которые несет с собой знак. Если при обмене товарами понимание значимости вещи существует как предпосылка обмена, то в обмене сообщениями такое понимание выступает как результат.
3. обязательное наличие обратной связи - состояния понятости как конечного результата коммуникации.

КОММУНИКАЦИЯ - ВСЕГДА ДИАЛОГ

Любой коммуникативный акт, даже самый элементарный, «примитивный», не сводится лишь к передаче сообщения, но всегда предполагает наличие обратной связи, отношения понятости как адекватной реакции на сообщение.

Чтобы коммуникация была успешна, необходимы усилия обеих сторон.

СООТНОШЕНИЕ ТЕРМИНОВ

«КОММУНИКАЦИЯ» И «ОБЩЕНИЕ»

1. «Коммуникация» = «общение».
2. «Коммуникация» и «общение» различаются по характеру самой связи вступающих во взаимодействие систем. Коммуникация есть субъектно-объектная связь, где субъект передает некую информацию, а объект выступает в качестве пассивного получателя (приемника) информации, который должен всего-навсего ее принять, понять (правильно декодировать), хорошо усвоить и в соответствии с этим поступать. Общение, напротив, представляет собой субъектно-субъектную связь, при которой информация циркулирует между партнерами.
3. «Общение» - категория более широкая, чем «коммуникация». В структуре общения выделяют три взаимосвязанные стороны: коммуникативную, или собственно коммуникацию, которая состоит в обмене информацией между общающимися индивидами; интерактивную, заключающуюся в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями; и перцептивную, представляющую собой процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания. Следовательно, в соответствии с этим подходом общение - любой вид знаковой связи, коммуникация же - именно информационное общение, направленное непосредственно на производство, передачу или прием информации.

КОММУНИКАЦИЯ КАК МЕЖСУБЪЕКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Во всех случаях человеческих информационных взаимодействий - будь то воинский приказ, университетская лекция или дружеская беседа - информационная связь строится как *совместное действие* участвующих в ней субъектов.

Поэтому «коммуникация» не может быть противопоставлена «общению» по признаку принадлежности к субъектно-субъектным связям. Только субъект способен понять смысловое содержание знакового сообщения, реконструируя мысль субъекта-отправителя с помощью общего с ним культурного кода.

ПОСТУЛАТЫ КОММУНИКАЦИИ

- ⦿ **постулат об информативности:** сообщения должны представлять интерес для собеседников, а не быть общеизвестными;
- ⦿ **постулат о неполноте описания:** сообщение с полным описанием внешнего мира противоречит нормальному общению, так как из него невозможно вычленить значимую информацию;
- ⦿ **постулат о тождестве,** согласно которому партнеры должны исходить из одной и той же, тождественной хотя бы в течение разговора, действительности;
- ⦿ **постулат о детерминизме,** при нарушении которого для наступления каких-либо событий причины или вовсе не нужны, или они могут быть произвольными, и тем самым все события равновероятны;
- ⦿ **постулат об общей памяти,** согласно которому говорящие должны иметь хотя бы минимальный общий запас сведений о прошлом;
- ⦿ **постулат о способности прогнозировать будущее,** согласно которому каждый человек должен уметь строить несложные прогнозы.
- ⦿ **постулат об истинности,** согласно которому имеется хоть какое-то соответствие между словами и действиями или между словами и внешним миром;
- ⦿ **постулат о семантической связности,** нарушение которого ведет к тому, что, во-первых, хотя каждая фраза в разговоре может быть вполне осмысленна, разговор получится бессвязным, так как нет никакой, хотя бы подразумеваемой общей темы. И, во-вторых, введение бессмысленной фразы ведет к тому, что к такой фразе партнер не сумеет подобрать никакого ответа, который бы сделал разговор осмысленным.

УСЛОВИЯ

ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

1. Коммуниканты должны иметь некоторый общий запас знаний (тезаурус);
2. Сообщение должно быть непротиворечивым и осмысленным. Логическая непротиворечивость есть соответствие любого высказывания логическим фигурам. Осмысленность - соответствие высказывания законам действительности. Высказывание может быть логически непротиворечивым, но не осмысленным.
3. Необходимо обеспечить корректность вопросов и однозначность ответов.
4. Следует реализовать условие хотя бы минимальной комфортности коммуникации: темпоритм (соотношение длин пауз и сообщений) должен быть удобен для общающихся, а форма коммуникации - исключать нанесение обиды партнеру.

КОММУНИКАТИВНЫЕ МАКСИМЫ ГРАЙСА

1. Максима кооперации - стремление партнеров к сотрудничеству.
2. Максима количества - каждый должен вносить в коммуникацию достаточно, но не слишком много информации.
3. Максима качества - высказывания должны соответствовать реальности.
4. Максима релевантности - высказывания должны быть уместны и отвечать текущему контексту.
5. Максима способа коммуникации - избегание неясности, дезорганизации.

КОММУНИКАЦИЯ ЛЮДЕЙ И КОММУНИКАЦИЯ ЖИВОТНЫХ

1. Биологически нерелевантна, немотивирована
2. Связана с познавательными процессами
3. Характеризуется исключительным богатством содержания
4. Уровневое строение человеческого языка
5. Произвольность
6. Котрсуггестия и понимание

социальная

1. Биологически релевантна, мотивирована
2. Отделена от познавательных процессов
3. Доступны только экспрессивная информация (т.е. информация о внутреннем - физическом, физиологическом - состоянии отправителя сообщения) и информация, непосредственно воздействующая на получателя сообщения
4. Одноуровневое строение биологических семиотик
5. Непроизвольность
6. Суггестия

биологическая

ПОЛИСЕМАНТИЧНОСТЬ ПОНЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

- в обыденном познании - сведения о чем-либо, которые передали нам другие люди или СМИ;
- в журналистике - сообщение, содержащее новость;
- в теории связи Шеннона - сообщение, снимающее или уменьшающее неопределенность и препятствующее возрастанию энтропии;
- в семантическом подходе - сообщение, которое увеличивает тезаурус адресата;
- в аксиологическом подходе:
 - а) сообщение, которое необходимо субъекту для осуществления какой-либо цели;
 - б) сообщение, которое изменяет предыдущие знания субъекта.

ЗНАКОВОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

Знак - заместитель реального предмета, явления, процесса, в котором они находят свое специфическое отражение.

Кодирование / декодирование =
перекодирование

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ЗНАКА

- принадлежность знака к миру информационно-коммуникационных взаимодействий;
- внешний относительно любого члена общности и равносильный для каждого в пределах общности характер знака;
- вещный или, во всяком случае, воспринимаемый органами чувств материал знака;
- системность знака, который немислим вне некоторого множества других знаков.

РЕСУРСНЫЙ ПОДХОД

Весь запас информации, хранящийся в информационной среде, можно обозначить как информационные ресурсы, так как обеспечение информацией столь же необходимо для различных видов человеческой деятельности, как и обеспечение энергетическими, материальными и иными ресурсами.

СПЕЦИФИКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

- информация не исчезает при ее потреблении;
- информация не исчезает при ее передаче;
- потребление информации ведет к уменьшению энтропии, тогда как потребление материалов и энергии ведет к ее увеличению.

СУТЬ РЕСУРСНОГО ПОДХОДА

1. Содержащаяся в информационных ресурсах информация достоверно и адекватно описывает познаваемую действительность (т.е. сообщение либо истинно, либо ложно).
2. Информация является объективной и не зависящей от личных точек зрения.

СПЕЦИФИКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

- ⦿ нельзя передать только часть информации, не изменяя ее сути;
- ⦿ информация обладает свойством к накоплению, т.е. при ее увеличении происходит ее качественное изменение, что приводит к появлению дополнительного знания;
- ⦿ у информации отсутствует универсальная мера;

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОДХОД

Инфосреда - не столько средство обеспечения информационными ресурсами, сколько средство коммуникации, в процессе которой организуется взаимодействие пользователей и корректируются информационные ресурсы.

СУТЬ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА

1. информационная система ориентирована на действие – сообщения, циркулирующие в информационной среде, выражают человеческое поведение пользователей.

Отсюда вытекает *концепция рефлексивного образования информационных потребностей*: информационные потребности не возникают заранее, а формируются в процессе рефлексии над собственной деятельностью.

2. информационная система является институционализируемым социальным феноменом - чисто объективного, незаинтересованного, ценностно нейтрального знания не существует.
3. информационная система допускает целенаправленное развитие в процессе функционирования.

ИНФОРМАЦИЯ КАК ПРЕВРАЩЕННАЯ ФОРМА ЗНАНИЯ

- отчужденная от непосредственного носителя;
- максимально нейтральная, очищенная от мировоззренческих и общенаучных установок конкретного специалиста;
- в той или иной мере формализованная.

КОГНИТОЛОГИЯ

- Изучает проблемы создания информации на основе профессиональных знаний.
- *Когнитология в узком смысле* - процесс создания информации на основе персональных знаний. *Когнитология в широком смысле* - наука, изучающая взаимопереходы информации и знания. *Информационная эргономика*, наоборот, изучает превращение информации в знание.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Коммуникация есть процесс социального взаимодействия людей, взятый в своем знаковом аспекте. Говорить о коммуникации как о «передаче информации» или «обмене информацией» можно лишь метафорически.
2. Знаковость есть основное свойство коммуникации.
3. Коммуникация не существует без обратной связи.
4. Понятия «коммуникация» и «общение» обычно различаются по своему значению, однако как именно, зависит от конкретной научной школы. Возможно и отождествление этих понятий.
5. Коммуникация, в отличие от деятельности, представляет собой субъектно-субъектное взаимодействие.
6. Коммуникативные процессы у человека и животных существенным образом различаются. Основные различия - это наличие/отсутствие коммуникативного намерения и произвольность/непроизвольность коммуникативного акта.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- Понятие «информация» - полисемантическое и в различных областях науки имеет разное значение. Так, в рамках математической теории связи информацию можно определить как сообщение, снимающее или уменьшающее неопределенность и препятствующее возрастанию энтропии. С точки зрения семантического подхода, информация - это сообщение, которое увеличивает тезаурус получателя. С аксиологической точки зрения - информационным будет такое сообщение, которое необходимо субъекту для осуществления целей.
- В соответствии с ресурсным подходом весь запас информации, хранящийся в информационной среде, можно обозначить как информационные ресурсы. С точки зрения коммуникативного подхода, инфосреда - не столько средство обеспечения объективными информационными ресурсами, сколько средство коммуникации, в процессе которой организуется взаимодействие пользователей и корректируются информационные ресурсы.
- Понятия «информация» и «знание» не являются тождественными. Информацию можно обозначить как превращенную форму знания, которая является: а) отчужденной от непосредственного носителя; б) максимально нейтральной, «очищенной» от мировоззренческих и общенаучных установок конкретного специалиста; в) в той или иной мере формализованной.