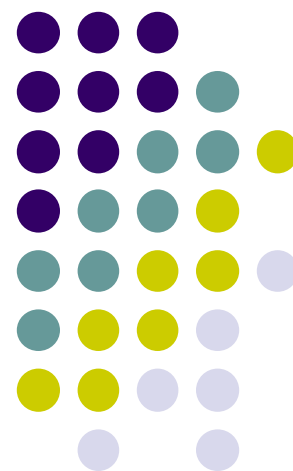




ПОЛТАВСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ МЕДИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Комунікації, сутність процесу комунікації. Міжособистісна комунікація. Поняття, форми, принципи, особливості.



д.мед.н., професор **Васильєва Ганна Юріївна**
Кафедра психіатрії, наркології та медичної психології

Термін "**комунікація**" у широкому тлумаченні означає спілкування



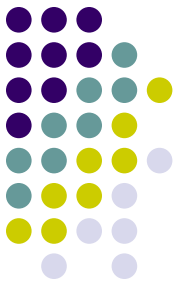


**Комунікація (лат. *communico*—
спілкуюсь із кимось)** в міжособистісних
відносинах ототожнюється з тим, що людина
думає перед виголошуванням інформації, як
висловлюється, доносить свою думку до
співрозмовника, як отримує від нього
інформацію про правильність інтерпретації
думки, реакцію на неї, як відбувається
процес обговорення.

Специфіка міжособистісної комунікації



- наявність спільного комунікативного простору;
- активність учасників комунікації як суб'єктів взаємного інформування. Спрямовуючи інформацію, один учасник спілкування передбачає активність іншого, який також має орієнтуватися на мотиви, цілі, установки свого партнера, відповідно аналізувати їх;
- під час виголошування думки кожним учасником налагоджується спільна діяльність;
- активність суб'єктів комунікації передбачає не формальний "рух інформації", а активний обмін нею;
- у процесі комунікації відбувається взаєморозуміння (непорозуміння), яке досягається наявністю зворотного зв'язку, а також значущістю інформації;
- інформація, яка дійшла до співрозмовника і повернулась назад, організовує партнерів міжособистісної комунікації в спільне інформаційне поле;
- спільний смисл у міжособистісній комунікації виробляється за умови, що інформація не просто прийнята, а й осмислена, тобто за наявності процесу спільного осягнення предмета розмови;



- характер обміну інформацією визначається можливістю взаємного впливу партнерів за допомогою системи знаків;
- ефективність комунікації вимірюється тим, наскільки значущим є взаємний вплив партнерів;
- комунікативний вплив можливий лише за умови, що індивід, який спрямовує інформацію (комунікатор), та індивід, який її приймає (реципієнт), мають єдину або подібну систему кодифікації і декодифікації;
- комунікація психологічно можлива за умови, що знаки, закріплені за ними значення (відображення найсуттєвіших та узагальнених сторін предметів і явищ) та смисли (суб'єктивний зміст, якого набуває слово в конкретному контексті) відомі учасникам комунікативного процесу;
- учасники комунікації повинні ідентично розуміти ситуацію спілкування;
- під час обміну інформацією можуть виникнути комунікативні бар'єри.



Досягти взаєморозуміння під час комунікації, створити спільне інформаційне поле, спільний смисл дуже складно. Щоб інформація була зрозумілою комунікатору і реципієнту, потрібно подолати міжособистісну комунікацію.

Комунікація є своєрідною поліфункціональною грою, іноді емоційно забарвленою.

Функції комунікації:



— **комунікативного контролю.**

Передбачає, що будь-яке повідомлення містить інформацію про розподіл контролю між учасниками спілкування. Контроль у цьому сенсі є певною сукупністю взаємо обмежень співрозмовників під час виголошування інформації і організації розмови, що обмежує вибір ними засобів спілкування. Головною властивістю контролю є переривання розмови з метою перехоплення ініціативи;

— **афіліації** (англ. to affiliate — приєднуватися; намагання людини бути в товаристві інших людей).

Цю функцію розглядають як параметр "любов — ненависть" у комунікативних відносинах. Саморозкриття індивіда, тобто добровільне інформування про себе, на певний момент недосяжне для інших, використовується для позитивного спрямування. Синонімічною за змістом є позитивна афіліація, яку характеризує поняття "продуктивний", "ефективний", "відкритий" комунікативний обмін.

Види і форми комунікації



Специфіка міжособистісної комунікації виявляється у конкретних ситуаціях комунікативного процесу. Залежно від спрямованості інформації виокремлюють **аксіальну** і **ретиальну комунікації**.

Аксіальна (лат. axis — вісь) комунікація — комунікація, що спрямовує свої сигнали на окремого одержувача інформації (особу, групу). Особливості її здебільшого використовують у безпосередньому міжособистісному спілкуванні.

Ретиальна (лат. rete — мережа) комунікація — комунікація, адресатами якої є багато реципієнтів. Моделі ретиальної комунікації використовує масове спілкування.

За характером впливу спрямована від комунікатора інформація може бути **спонукальною і констатуючою**.

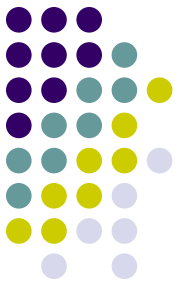


Спонукальну інформацію висловлюють у наказі, проханні, пораді, інструкції, які призначені стимулювати певні дії. З цими діями пов'язані такі її функції:

- **активізація поведінки** (спонукання до дії в заданому напрямі);
- **інтердикція** (лат. interdictum — заборона, спонукання, яке не допускає певних дій, заборона небажаних видів діяльності);
- **дестабілізація** (передбачає порушення певних автономних форм поведінки).

Констатуюча інформація, поширюючись у формі повідомлення, передбачає зміну поведінки не безпосередньо, а опосередковано.

З огляду на мету повідомлення:



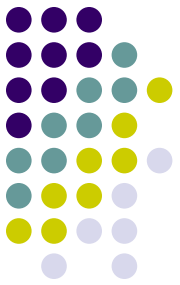
- **регуляторну** (спонукає партнера до дії),
- **емоційну** (адресована до почуттів і переживань реципієнтів)
- **обізнану** (передає тільки відомості про об'єкт) інформацію.

За формами передавання інформації:



- **Безпосередньо міжособистісна комунікація** є системою установок, орієнтацій, очікувань тощо, через які люди спілкуючись сприймають і оцінюють інформацію, якою безпосередньо обмінюються.
- **Масова організована комунікація** — систематичне розповсюдження спеціально підготовлених повідомлень із застосуванням технічних засобів тиражування Інформації (радіо, телебачення, преса, відео-, звукозаписи тощо), які мають соціальне значення і використовуються з метою впливу на установки, поведінку, думки й оцінки людей.

Масова організована (систематична) комунікація значно урізноманітнює спектр інтересів людей:



- поширює знання про дійсність;
- має освітньо-виховний характер;
- здійснює соціальне регулювання;
- транслює культурні цінності;
- задовольняє потребу в отриманні відповідної інформації тощо.

Її основними ознаками є публічність, швидкість передавання, скороминучий характер інформації.

До **масових стихійних форм передавання інформації** належать **чутки** — інформація, що надходить від однієї або кількох осіб про не підтверджені події.

Чутки з'являються тоді, коли система офіційної комунікації замовчує певні події, що посилює психічну напруженість. Інформація, яку вони містять, як правило, задовольняє психічну потребу людини чи групи людей, не задоволену офіційними шляхами. Отже, **незадоволена потреба в інформації є важливим мотивом сприймання і відтворення чуток.**

Чутки поділяють за інформаційною характеристикою (визначає об'єктивну міру достовірності)

- абсолютно недостовірні,
- недостовірні з елементами правдоподібності,
- правдоподібні,
- достовірні чутки з елементами неправдоподібності.

Одним з ефективних способів упередження, нейтралізації їх є широке, послідовне, правдиве інформування, здійснюване авторитетним і відповідальним джерелом.



Види і форми комунікації детерміновані культурними традиціями.

Особливим феноменом є найдавніші культурні норми, які зумовлюють сприймання інформації і мають заборонний характер, — ***табу***.

З огляду на сферу впливу розрізняють такі види табу:



- **мовні** (виражають заборону вимовляти окремі слова та словосполучення);
- **тематичні** (полягають у цілковитій відмові розмовляти на певні теми);
- **контактні** (забороняють окремі чи будь-які види комунікації між представниками певних соціальних ролей, наприклад між зятем і тещею).



Кожен етикет, сценарій повідомлення містить, крім **табу**, ***імперативи*** й ***факультативи***.

Імператив — обов'язковий мінімум у діях комунікатора і сфера табу знаходиться за межами дозволеного діапазону таких дій.

Факультативами називають різноманітні елементи спілкування, які надають йому інформативності, емоційної насиченості.

На комунікативний процес впливають і стереотипні ситуації спілкування



Стереотипи (грец. *stereos* — *твердий і typos* — *відбиток*) проявляються в судженнях, висловлюваннях, способі мислення.

Культурними стереотипами людина керується не усвідомлено, опановуючи їх через традиції, звичаї, зразки поведінки.

Стереотипи спілкування надають більше інформації про людину, ніж її зовнішній вигляд.

У багатьох випадках без них об'єктивно не обійтися. Знання і використання ритуальних прийомів, мовних формул допомагають налагодити контакти, досягти взаєморозуміння у комунікативному процесі.

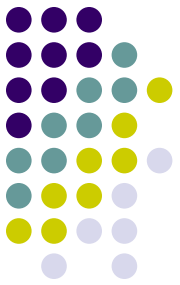


Однак не за всіх обставин вони ефективні. Якщо, наприклад, у сільській місцевості етичною нормою є вітання при зустрічі з незнайомою людиною, то в місті це сприйматиметься як відхилення від неї.

Не спрацьовують окремі стереотипи і на міжетнічному рівні спілкування.

Етнічний стереотип забезпечує суб'єктивне сприйняття представника іншої культури, найчастіше він є наслідком обмеженості міжетнічної комунікації. За таких умов манера спілкування, властива деяким представникам етносу, поширюється на всю етнічну культуру.

Комунікативний простір міжособистісних відносин



Процес обміну інформацією, налагодження діалогу, взаєморозуміння між учасниками комунікації, досягнення результату спілкування відбувається у певному комунікативному просторі.

Комунікативний простір — соціально-психологічне середовище, в якому можливе формування адекватної комунікативної моделі спілкування.



У цій моделі має послідовно втілюватися розуміння комунікатора і реципієнта як учасників комунікативного процесу, унікальних індивідуальностей, суб'єктів інформації, наділених відповідним комунікативним потенціалом.

На суб'єктів спілкування комунікативний простір впливає не тільки безпосередньо загальною інформацією, що виникає у процесі обміну нею, а й через засоби комунікації (вербальні, невербальні), що існують у конкретному соціально-психологічному середовищі, правила спілкування, моральні норми взаємодії, звичаї, мовленнєві ритуали тощо.

Комунікативний простір міжособистісних відносин є складним утворенням, пронизаним різноманітними зв'язками.

Його характеризують такі **системні властивості**:

- цілісність (міра комунікативної рівноваги),
- структурність (обсяг, інтенсивність і складність взаємозв'язку компонентів),
- автономія чи функціональна однорідність структурних компонентів (місце кожного компонента в системі комунікативного процесу, кількість варіантів, які можуть використати суб'єкти комунікації у виборі засобів і способів передавання інформації, досягненні мети спілкування).

Соціально-психологічні властивості комунікативного простору:



- наявність взаємин суб'єктів інформації, системи оцінок, уявлень та образів партнерів;
- реалізація основних якісних переходів (кодування значень у символи і повідомлення інформації, декодування значень, трансляція смислу повідомлення, усвідомлення чи неусвідомлення інформації реципієнтом тощо);
- формування спільного інформаційного поля, створення спільного смислу;
- формування комунікативних позицій і диспозицій партнерів по взаємодії.



У комунікативному просторі завжди суб'єктивно сприймаються і мають різний ступінь суб'єктивної актуальності **обсяг, форма і вид інформації**, тобто кожний учасник комунікативного процесу на основі своїх комунікативних знань і вмінь, розуміння ситуації спілкування інтерпретує повідомлення комунікатора, вступає у діалог.

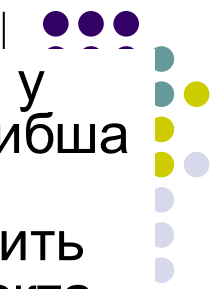
Їх комунікативна компетентність, комунікативний досвід створюють комплекс установок, умов, що опосередковують відмінності у суб'єктивному сприйнятті інформації.

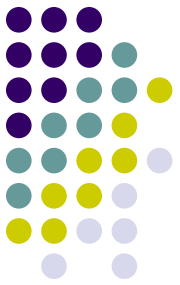
Внаслідок цього комунікативний простір міжособистісних взаємин може мати різний ефект комунікативної комфортності для учасників спілкування.

До компонентів комунікативного простору міжособистісних відносин належать:



- **суб'єкти комунікації.** Ними є щонайменше два індивіди, які в комунікативному просторі виступають не відокремлено, хоча кожен з них є автономним, унікальним, а разом;
- **спільна комунікативна дія.** Її особливість полягає у схрещенні, переплетенні потреб людей у певній інформації. Саме у спільній комунікативній дії заглиблена можливість задоволення потреб;
- **зворотний зв'язок.** Чинниками його є інформація про те, наскільки правильно реципієнт сприйняв повідомлення, оцінив поведінку і слова комунікатора. Механізм зворотного зв'язку полягає в тому, що комунікатор впевнюється в правильності інтерпретації своєї інформації лише тоді, коли відбудеться зміна ролей, внаслідок якої реципієнт стає комунікатором, засвідчуючи своїми висловлюваннями, наскільки адекватно він зрозумів суть інформації;

- 
- **спільне інформаційне поле.** Інформація, що зародилася у процесі обміну (уточнення, доповнення тощо), набагато глибша від первинної. І за змістом вона може відрізнятися від попередньої. Більше того, спільне інформаційне поле містить загальний настрій, відомості про особливості кожного суб'єкта, їх ставлення один до одного. Однак виникнення спільного інформаційного поля ще не свідчить про досягнення взаєморозуміння;
 - **механізми і фактори, що сприяють чи гальмують взаєморозуміння.** Якщо, наприклад, форма зворотного зв'язку є різкою, недоброзичливою, то він найімовірніше може бути сприйнятий як критика, тиск образу з усіма наслідками для спілкування. Важко досягти взаєморозуміння, якщо комунікатор не визнає причин негативного настрою партнера;
 - **загальний зміст, налагодження діалогічних відносин.** Вони сприяють збагаченню, прийняттю (неприйняттю) інформації. Виникнення загального змісту пов'язане з однаковою мотивацією та спрямованістю, предметно-цільовою і ціннісною орієнтацією учасників міжособистісних взаємин, що виявляється у психологічній єдності, взаєморозумінні, узгодженості, впорядкуванні комунікативних дій.



Чим вищий рівень інтеграції комунікатора і реципієнта, тим повніше задоволені їх потреби в обміні інформацією, тим глибший і повніший загальний смисл повідомлення, змістовніший діалог сторін.

Принципи в міжособистісному спілкуванні



- У спілкуванні з співрозмовником важливо дотримуватися спокій, адже надмірна емоційність здатна завадити сприйняттю інформації. Після того як опонент закінчив свою промову, обов'язково покажіть, що ви його зрозуміли і почули.
- Не варто забувати і про зовнішній вигляд, так як це дозволяє створити перше враження про співрозмовника. Під час розмови людині властиво мимоволі спостерігати за своїм опонентом і скласти про нього власну думку не лише виходячи з його слів, але і зовнішнього вигляду. Тому так важливо стежити за поведінкою, манерою розмови, зачіскою, одягом.
- Як раніше говорилося, міжособистісна комунікація – це процес взаємодії двох і більше осіб, тому для успішної взаємозв'язку необхідно уважно слухати свого співрозмовника. У процесі розмови постарайтеся сконцентруватися виключно на учасника діалогу і не відволікатися на складання запитань, які плануєте поставити.



- Не варто забувати той факт, що знадобиться лише близько п'яти хвилин розмови, щоб сформувати перше враження про свого співрозмовника. У перші хвилини спілкування всі органи почуттів спрямовані на те, щоб якомога краще дізнатися опонента. Як правило, вже через чотири хвилини чоловік готовий зробити вибір про те, чи варто продовжувати вести бесіду. Тому, якщо ви хочете завоювати довіру і досягти успіху в спілкуванні з співрозмовником, з самого початку необхідно стежити за своєю мімікою, жестами і тоном.
- Фахівці радять на початку бесіди зачіпати нейтральні теми. У процесі комунікації варто проявляти доброзичливість, ввічливість і тактовність. Одним з перевірених і найпростіших способів привернути до себе опонента є відкрита і щира посмішка.
- Під час бесіди важливо стежити за своєю мімікою і виразом обличчя. Яскраве вираження емоцій (як негативних, так і позитивних) може стати перешкодою для побудови конструктивної розмови.

**Щиро дякую
за Ваш час
та увагу!**



**Бережіть
себе та
своїх
близьких
та будьте
здорові!**