**Тема 1. Вступ до курсу «Основи комунікацій».**

1. Теорія комунікації як наука та навчальна дисципліна.
2. Експансія комунікативних технологій у сучасному світі.
3. Поняття комунікації, її схема, елементи та функції.

1. Теорія комунікації як сучасна наука розвивається, має низку особливих характеристик, які, з одного боку, ставлять її в загальний ряд наук про людину і суспільство, а з іншого - виділяють з цього ряду. Розглянемо ці характеристики докладніше.

По-перше, теорія комунікації є галуззю наукового знання в ряду інших наукових дисциплін. Відповідно вона має всю сукупністю характеристик науки. Метою теорії комунікації як галузі науки є збір, накопичення, класифікація, аналіз, узагальнення та використання даних про свій предмет, побудова нових або поліпшення існуючих теорій, що дозволяють адекватно описувати комунікативні явища і процеси і прогнозувати їх розвиток. Будь-які комунікативні явища і процеси, їх елементи і зв'язки між ними можуть стати предметами наукового дослідження в теорії комунікації. Ця наука вивчає їх як об'єкти, що функціонують і розвиваються за своїми природними законами. Вона може вивчати людину як суб'єкта комунікативної діяльності, але також і в якості особливого її об'єкта. Теорії комунікації як науці притаманні обґрунтованість і доведеність знання. На відміну від буденного пізнання комунікативних феноменів, вона передбачає застосування спеціальних засобів і методів діяльності. Ці засоби і методи складають методологічний базис теорії комунікації.

Теорія комунікації продукує свій особливий підхід до пізнання і пояснення соціальної реальності - комунікативний, що обумовлено наявністю у цієї науки об'єкта особливого типу - комунікації. Специфіка цього феномена, його багатозначність і своєрідна загальність багато в чому програмують труднощі у визначенні статусу теорії комунікації як галузі наукового знання. Комунікація, кажучи образно, це тканина, з якої в світі людей складається все найважливіше. Саме вона перетворює людину як біологічний організм в Людину в повному розумінні цього слова. Вона створює групи - малі і великі, формує соціальні інститути. Комунікація задає суспільство як таке. Поза комунікативних процесів неможлива людина як суспільна істота і неможливо суспільство як світ людей. Комунікацію одночасно з цим можна розуміти як середовище, в яке занурена людина все своє життя. Вона як повітря, яким ми дихаємо. Ми його не помічаємо, але без нього існування неможливо. Недарма порушення здатності до комунікації - аутизм - визнаний одним з найсерйозніших психічних розладів. Будь-який процес в людському суспільстві, будь-яка взаємодія людини з іншими соціальними суб'єктами і не тільки з ними може бути інтерпретовано як комунікація.

Чи означає це, що комунікація є першоосновою, універсальною вихідною «цеглинкою» соціального світу? Однозначної відповіді це питання не має. Але можна впевнено сказати, що пояснення соціального світу через категорію комунікації допустимо, хоча і не є єдино можливим. Світ людини багатозначний, майже так само як і світ Природи. Багатозначні світи - це всесвіти, які не мають єдиної універсальної першооснови. Наукове пізнання таких світів можливо з опорою на виділення базисних категорій, первинних «цеглинок» різної природи. В рамках комунікативного підходу соціальне життя розуміється як система комунікацій, а будь-яка взаємодія людей і їх спільнот - як комунікація.

Характеризуючи комунікативний підхід, звернемося до його розуміння одним з найбільш авторитетних сучасних теоретиків Робертом Крейгом. Він пише: «... Комунікація може бути повноправною інтелектуальною дисципліною тільки в тому випадку, якщо вона передбачає комунікативний підхід до аналізу соціальної дійсності, який радикально відрізняється, але в той же час дорівнює по статусу таким усталеним дисциплінарним напрямками, як психологія, соціологія, економіка , лінгвістика і т.д. У кожної з цих дисциплін свої способи пояснення певних аспектів комунікації. Комунікація в комунікативному аспекті - це не вторинний феномен, який можна пояснити попередніми психологічними, соціологічними, культурними або економічними факторами; скоріше, сама комунікація - це первинний конститутивний соціальний процес, який пояснює всі інші фактори. Також теорія комунікації є мультипарадигмальною міждисциплінарною наукою.

Основними завданнями теорїі мовної комунікації є:

- вивчення природи, типів і форм мовної комунікації;

- моделювання комунікативної ситуації, аналіз її складників;

- виокремлення та описання одиниць мовної комунікації, визначення їхньої ролі й ваги в комунікативному процесі;

- дослідження невербальних засобів комунікації, їхніх функцій та співвідношення з вербальними засобами у спілкуванні;

- обґрунтування зразків мовної комунікації (мовленнєвих жанрів і типів дискурсу);

- аналіз тексту як знакової форми мовної комунікації;

- формулювання законів організації мовного коду в комунікації;

- характеристика сфер мовної комунікації, їхньої взаємодії зі стилями спілкування;

- характеристика типів комунікативної взаємодії і засобів мовленнєвого впливу;

- дослідження комунікативних стратегій і тактик та засобів їх реалізації в різних типах дискурсу;

- вивчення психолінгвістичного аспекту породження, сприйняття та розуміння мовленнєвих повідомлень;

- виявлення комунікативних невдач, їх причин і шляхів подолання;

- пошук оптимальних моделей мовної комунікації;

- розроблення рекомендацій щодо успішності, ефективності проведення мовної комунікації;

- дослідження особливостей міжкультурної комунікації, її основних аспектів і понять;

- аналіз комунікативної компетенції у філогенезі й онтогенезі, її зв'язків із мовною та іншими типами компетенції;

упорядкування методів аналізу мовної комунікації тощо.

2. Комунікація є дуже важливим і невід'ємним моментом суспільних відносин. У понятті комунікації мова йде в першу чергу про обмін між суб'єктами комунікації, інформацією різного роду. Отже, інформація не може бути використана без комунікацій.

Комунікація зумовлює виникнення нових інформаційних зв'язків,структур та механізмів впливу на розвиток сучасного суспільства,а відтак це приводить до зміни функцій формування та реалізації державної політики. Комунікація впливає на всі без винятку сфери суспільного життя,внаслідок чого виникає значна кількість проблемних питань у межах сучасної державно-управлінської науки. Серед таких питань найбільш актуальними є ті, які стосуються дослідження специфіки поширення комунікативних процесів на розвиток сучасного суспільства,що у підсумку призводить до трансформації різних ціннісних систем, на яких базуються відповідні ідеологічні доктрини формування державної політики.

Ми живемо в світі комунікації. 70% свого часу людина витрачає саме на комунікацію. Без ефективного ведення зв'язку зупинилося б чимало виробничих процесів. Саме комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання й передачу інформації в межах одного покоління, а також від однієї генерації до іншої. Суспільство не може існувати в режимі тільки індивідуальної пам'яті: людина перебуває в ситуації, що безнастанно змінюється.

Тому для її фіксації постає потреба в динамічній структурі. Індивідуальна пам'ять унеможливлює передачу й збереження інформації в обсягах, достатніх для функціонування суспільства. Комунікація відповідає тим завданням, що їх ставить перед нею суспільство. Приміром, якщо суспільство змінилося за якісними та кількісними показниками, воно переходить від використання усної мови до усної плюс писемної.

Усна комунікація обмежена щодо передачі в часі та просторі: усно ми не можемо транслювати щось у майбутнє чи розмовляти з віддаленим співрозмовником. Писемність дозволила зняти ці обмеження. Розвиток техніки створив передумови для функціонування усної комунікації в новому режимі: магнітна стрічка може донести голос із минулого в майбутнє, за допомогою телефонного чи радіозв'язку ми можемо спілкуватися з іншими містами.Однак писемність донині залишається найдешевшим і найпростішим засобом комунікації. Завдяки їй знання нагромаджуються не лише в голові людини, яка, відомо, не може надійно і тривало зберігати необхідну кількість інформації, оскільки їй притаманні забудькуватість і здатність помилятися тощо. Крім того, є обмеження стосовно обсягу тієї інформації, яку здатна запам'ятати людина.

Основним призначенням комунікації у розвитку сучасного суспільства є її інтегративний потенціал. З одного боку, комунікація покликана системно зорганізовувати суспільство, а з іншого - посилювати його інтеграційний потенціал. Відомий англійський дослідник А.Турен доводить,що комунікація дозволяє чітко запрограмувати суспільство на відповідний тип розвитку,який гарантує рівновагу для функціонування його соціальної системи. Завдяки цьому, пришвидшуються організаційні та технологічні зміни, запроваджуються новації, утверджуються адаптивні ідеології, здатні динамізувати соціально-економічний розвиток суспільства. Відтак це свідчить про те, що комунікація відіграє стратегічну роль у формуванні відповідної ідеологічної доктрини, яка забезпечує сучасний розвиток суспільства.

Суспільство як система являє собою складне і багатовимірне утворення, в якому кожен з елементів залежить від цілісних, системних характеристик, від того, яке місце він займає в системі, від того, як взаємодіє з іншими елементами, як виконує свої функції. Тому комунікацію як феномен неможливо зрозуміти поза соціокультурного і конкретно - історичного контексту.

Сучасні процеси інформатизації суспільства призводять до зміни всієї системи комунікації, реалізованої як між окремими людьми, так і у всій культурі в цілому, тобто між країнами і народами. Цим визначається специфіка комунікативних процесів в інформаційному суспільстві. У контексті соціально-філософського аналізу специфіки комунікативних процесів в інформаційному суспільстві слід визнати, що комп'ютерні технології та супутні їм функціональні операції мають чітко виражений ресурс соціопсихологічних проекцій. Насамперед, управління та проектування віртуального простору - часу є невід'ємним атрибутом, супроводжуючим використання комп'ютерної соціотехніки в різних видах діяльності людини.

Найважливішими компонентами зміни параметрів особистісної комунікації все більшою мірою починають виступати швидкість і кількість використовуваної інформації. Це навіть на індивідуальному рівні робить помітним зміну самого характеру міжособистісного спілкування, яке стає все більш інформативним, але одночасно втрачає свою глибину. Людина опиняється в ситуації, коли йому колись зупинитися і задуматися і він волею - неволею приймає або репродукує наростаюча кількість інформації. На особистісному рівні це призводить до цілого ряду соціопсихологічних феноменів, раніше невідомих людині. Обсяг інформації, з одного боку, в буквальному сенсі переповнює життя людини, і він не може піти від процесу її переробки, а з іншого - відсоток неосмисленої інформації (рекламні ролики та оголошення, короткі повідомлення новин і музичні кліпи) віддаляє людину від детальної оцінки, обмірковування цієї інформації. Хіба не стикаємося всі ми з феноменом, що щось сказане вранці по телевізору лише до вечора починає нами осмислюватися, а до цього просто живе в нашій свідомості, як би не замечаемое і непотрібне. Виникає ситуація смислової порожнечі при одночасному кількісному заповненні свідомості величезним обсягом інформації. Людина опиняється зовсім в інших комунікативних умовах, ніж 100 і навіть 50 років тому, і швидкість зміни цих умов створює стресові ситуації для більшості людей.

Комунікація в інформаційному суспільстві сьогодні охоплює своїм впливом всі галузі соціальної дійсності і по-новому організовує суспільні відносини. Спостережуване на рубежі XX і XXI століть інтенсивний розвиток комунікаційних технологій значно полегшило виробництво і розповсюдження соціально значимої інформації і призвело до формування глобального інформаційного простору, в який виявилися, залучені цілі співтовариства, політичні, економічні, релігійні та культурні інституції. Сучасні технічні засоби комунікації, передаючи невідомі раніше обсяги інформації мільйонам людей, справляють істотний вплив на сфери їхньої праці, побуту, дозвілля, політичного життя, диктують їм зразки поведінки, відображають і формують громадську думку.

Сьогодні суспільство досить чітко усвідомлює, що сучасні засоби масової комунікації, або СМК, є могутньою і впливовою силою. Саме тому фахівці різних областей знання - філософи, соціологи, політологи, юристи, психологи, представники технічних наук все частіше обговорюють не тільки реальні можливості, а й «право» цих коштів на масовий інформаційний вплив.

Феномен комунікації, що є об'єктом вивчення різних наук, може бути досліджений в соціально - філософському плані. Такий підхід визначається реальною роллю комунікації в сучасному суспільстві, яка виступає фактором функціонування різних його сфер і структур, їх взаємозв'язку. На сучасному етапі суспільного розвитку, коли домінуючу роль відіграють процеси інформатизації, істотно змінюється характер комунікативних процесів, засоби комунікації, темпи передачі інформації, ареал її впливу.

4.Управлінська діяльність нерозривно пов'язана з необхідністю постійного обміну інформацією (комунікативною діяльністю) для координації роботи підрозділів організації та індивідів, спрямованої на досягнення спільних цілей.

Комунікація являє собою процес взаємодій суспільних суб'єктів (соціальних груп, спільнот або особистостей), в ході якого відбувається обмін інформацією, досвідом, здібностями і результатами діяльності за допомогою загальної системи символів.

У процесі комунікації суб'єкти, передаючи інформацію і обмінюючись нею, сигналізують про своє існування різним контрагентам і встановлюють з ними необхідні зв'язки, які, у свою чергу, допомагають їм грати відповідні ролі. Так, наприклад, діяльність організації, яка прагне бути конкурентоспроможною в сучасних умовах, орієнтована на задоволення потреб усіх учасників комунікативних процесів як усередині організації, так і в її найближчому зовнішньому оточенні:

- Власників організації, що ставлять метою привласнення результатів діяльності організації для вирішення своїх життєвих проблем;

- Співробітників організації, які отримують від неї компенсацію за свою працю і використовують її для задоволення своїх потреб;

- Покупців продукції (послуг) організації, що задовольняють за допомогою цього товару свої потреби;

- Ділових партнерів, які забезпечують організацію вихідною сировиною та комплектуючими для виробництва й одержують від неї компенсацію за послуги;

- Партнерів-конкурентів, які отримують інформацію про показники діяльності, а також про прийоми та технології, що використовуються в процесі виробництва, для підвищення своєї власної конкурентоспроможності;

- Місцевого співтовариства, що очікує від організації участі у формуванні соціального середовища проживання;

- Суспільства в цілому, що одержує через владні інститути від організації частину створеного нею багатства для забезпечення суспільного добробуту.

Комунікативний простір соціально-економічної системи має органічно поєднувати стійкість і динамізм, керованість і спонтанність, новий і попередній досвід і не може бути обмежене тільки внутрішньою структурою системи. Сучасна практика управління свідчить, що до 80% управлінських рішень приймається керівником в усній формі в процесі ділової взаємодії. Характер ділових контактів робить вирішальний вплив на ефективність спільної діяльності, окремих комунікаційних заходів (бесід, ділових нарад, переговорів і т.д.), торгів і презентацій.

Комунікація як обмін інформацією між людьми (або групами) має три аспекти, які найбільш важливі для оцінки змісту управлінської діяльності:

* 1) ***комунікація як загальний процес,*** що охоплює в соціально-економічній системі все її рівні і структури;
* 2) ***комунікація як безпосередню взаємодію*** керівника з підлеглими або їх групами;
* 3) ***комунікація як специфічна функція управління,*** компонент управлінської діяльності, передача і обмін інформацією в суспільстві з метою впливу на нього.

Кожен з цих аспектів розглядається з нормативно-організаційної та індивідуально-психологічної позиції. У першому випадку комунікація визначається об'єктивними організаційними формами, вимогами до ефективного здійснення раціонального комунікативного процесу.

Другий аспект комунікації заснований на обліку психологічних особливостей партнерів спілкування і дозволяє пояснити ряд важливих особливостей взаємодії, у тому числі і перешкоджають ефективному розвитку комунікації.

Взаємодіючи один з одним, включаючись в процес спілкування, люди зазвичай переслідують конкретні цілі. До основних цілей комунікації зазвичай відносять:

* забезпечення ефективного обміну інформацією між суб'єктами і об'єктами управління;
* вдосконалення міжособистісних відносин у процесі обміну інформацією;
* створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими працівниками та групами;
* регулювання і раціоналізацію інформаційних потоків в рамках організації та за її межами;
* формування умінь і навичок успішної соціокультурної діяльності;
* формування ставлення до себе, до інших людей, до суспільства в цілому;
* обмін діяльністю, інноваційними прийомами, засобами, технологіями;
* обмін емоціями.

Комунікаційна проблематика стала складовою частиною фундаментальних наук: соціології, психології, культурології, соціальної психології, соціальної філософії.

Комунікація має декілька значень. По-перше, це шляхи сполучення (наприклад, повітряні або водні комунікації); по-друге, це форма зв’язку (радіо, телеграф); по-третє, це процес передачі інформації за допомогою технічних засобів – засобів масової інформації (радіо, телебачення, преса, кінематограф); по-четверте, комунікація виступає як процес, акт спілкування, зв’язок між двома або 6 більше індивідами, повідомлення інформації однією особою іншій.

Отже, комунікація – це не спілкування в усьому комплексі і багатогранності, а лише акт спілкування. Очевидно, що цей "акт" також має соціальну природу і соціальний статус. Визначення терміну "комунікація" починається від характеристики численних інформаційних систем передачі людської мови, сигналів і зображень. Згідно з цим термін "комунікація" означає "міру участі" в процесі споживання, обміну та використання інформації. Але разом з тим знаходитися у стані комунікації – це не просто передавати й Прийнято розрізняти чотири основні функції комунікативності в групі або організації в цілому: контроль, мотивація, емоційне вираження і передача інформації.

За допомогою комунікативності здійснюється контроль поведінки членів групи. В організаціях існує ієрархія і формальна підпорядкованість, якій працівники повинні дотримуватися. Коли працівника, наприклад, просять привести свої дії у відповідність зі стратегією компанії, комунікативність виконує контролюючі функції. У той же час вона підсилює мотивацію, доводячи до працівників інформацію про те, що повинно бути зроблено, як покращити роботу, і т. д.

Для більшості людей їх робота є первинним джерелом соціальної взаємодії. Комунікативність, яка здійснюється в групі, є механізмом, за допомогою якого члени групи висловлюють своє ставлення до подій. Тим самим комунікативність сприяє емоційному вираженню працівників і дозволяє реалізовувати соціальні потреби. Істотне значення має і функція комунікативності, яка пов'язана з її роллю в процесі прийняття рішень. Вона дозволяє надавати дані, які необхідні індивідуумам і групам для прийняття рішень, за допомогою передачі інформації для ідентифікації та оцінки альтернативних рішень.