**Тема 2. Поняття про соціальну комунікацію**

**План**

1. Буденне та наукове розуміння комунікації.

2. Проблема сенсу і розуміння в соціальній комунікації

**1. БУДЕННЕ ТА НАУКОВЕ РОЗУМІННЯ КОМУНІКАЦІЇ.**

Сучасний Великий Енциклопедичний Словник (1991) вказує 2 значення:

1) шлях повідомлення, зв'язок одного місця з іншим;

2)спілкування, передача інформації від однієї людини до іншої, здійснюється, головним чином, за допомогою мови.

Комунікацією називаються також сигнальні способи зв'язку у тварин.

Сьогодні термін «комунікація» використовується багатьма громадськими, біологічними та технічними науками. Як правило мається на увазі елементарна **схема комунікації:**

**Комунікант –** повідомлення – **Адресат**

Елементарна схема показує, що комунікація передбачає наявність не менше 3-х учасників: передаючий суб'єкт – передавальний об'єкт, - приймаючий суб'єкт. Комунікація - це процес. **Для відмежування комунікації від інших процесів звернемо увагу на її суттєві ознаки:**

1. В якості **учасників** комунікації виступають **2 суб'єкта**. Цими суб'єктами можуть бути: окрема людина або група людей, аж до суспільства в цілому. До суб'єктів можна віднести також тварин (зоокоммунікація). Відповідно цією ознакою з поняття комунікація виключається взаємодія неживих предметів (напр., взаємодія Сонця і Землі не є комунікаційний процес).

2. Обов'язкова **наявність передаваного об'єкта**, який може мати матеріальну форму (книга, мова, жест, милостиня, подарунок тощо). Наприклад, комунікант може неусвідомлено впливати на реципієнта. При цьому він може вселяти йому довіру, симпатію, антипатію, любов.

3.Коммунікаціі властива **доцільність чи функціональність**, тому маячня не є комунікаційним актом. Доцільність може виявлятися в 3-х формах:

а) переміщення матеріального об'єкта в геометричному просторі (транспортна та енергетична комунікації);

б) передача генетичної інформації, закодованої програмою відтворення;

г) повідомлення один одному смислів, носіями яких є знаки, символи, тексти, що мають зовнішню чуттєво сприйняту форму і внутрішній осяжний умоглядно зміст.

Виходячи з цих міркувань, визначимо наукове тлумачення комунікації:

**комунікація – це опосередкована і доцільна взаємодія двох суб'єктів.**

Ця взаємодія може представляти

- по-перше, **рух матеріальних об'єктів** в тривимірному геометричному просторі і астрономічному часу;

- по-друге, **рух ідеальних об'єктів** (смислів, образів) в багатовимірних умоглядних (віртуальних) просторах і часах.

Розрізняються **3 багатовимірних хронотопа** (хронотоп - просторово-часові координати):

• **генетичний** хронотоп, де відбувається рух біологічних образів і генетичних програм в біологічному часі і просторі

• **психічний** (особистісний) хронотоп, де побутують символи, освоєні даною особистістю; це область духовного життя, формована в процесі життєдіяльності людини;

• **соціальний** хронотоп, де відбувається рух у соціальному часі і просторі, тобто в певному людському часі.

Зауважимо, що соціальна комунікація нерозривно пов'язана з генетичною і психічною смисловими комунікаціями.

Генетично успадковані органи мови і мислення ніколи не виникли б, якби їх не затребувала соціально-комунікаційна практика. Ми вже зауважили, що психічний розвиток дитини залежить від знаходження в соціальному середовищі і спілкуванні з іншими людьми.

Отже, ми підійшли до наукового визначення поняття «соціальна комунікація»:

**соціальна комунікація є рух смислів в соціальному часі і просторі.**

Цей рух **можливий тільки між суб'єктами, залученими в соціальну сферу**, тому обов'язкова наявність реципієнтів і комунікантів.

Розглянемо зміст визначення:

- по-перше, що є сенс, який утворює зміст комунікаційних повідомлень;

- по-друге, як цей сенс розуміється реципієнтом;

- по-третє, чим соціальний час і соціальний простір відрізняються від матеріального хронотопу - єдності астрономічного часу і геометричного простору.

Слід пам'ятати, що джерелами смислів можуть бути не тільки соціалізовані особистості, які володіють усною і письмовою мовою. Смисли виявляються і в матеріальних, і культурних цінностях (начиння, машини, прикраси та ін.) Деякі особливо чуйні натури бачать осмисленість в природних явищах.

Зауважимо, що проблема сенсу як і проблема ідеального не вирішена в сучасній науці і у філософії. Не будемо шукати відповідь на питання: «Що таке сенс взагалі». Нас насамперед цікавлять ті смисли, які містяться в соціально-комунікативних співвідношеннях.

**Вступаючи в комунікацію, і комунікант, і реципієнт переслідують 3 мети:**

- **пізнавальна** - поширення (комунікант) або придбання (реципієнт) нових знань і умінь.

- **спонукальна** - стимулювати інших людей до якихось дій (комунікант) або отримати потрібні стимули (реципієнт).

- **експресивна** - вираз певних емоцій, переживань (К) або їх набуття (Р).

Для досягнення цих цілей **зміст комунікаційних повідомлень** має включати:

1) **знання, уміння** (комунікант щось знає або вміє і може поділитися цим досвідом з іншими);

2) **стимули** (вплив, який спонукає до активної діяльності);

3) **емоції** (комуніканту важливо емоційно «розрядитися», отримати співчуття, а реципієнту потрібно знайти позитивні емоції і душевний комфорт).

Саме **ці продукти духовної людської діяльності ми називаємо смислами**.

Отже, коли ми говоримо про рух смислів в соціальному просторі, ми маємо на увазі рух у соціальному просторі та часі знань, умінь, стимулів, емоцій.

Виникає питання, де зароджуються ці знання, уміння, стимули і емоції? Відповідь проста - в індивідуальній психіці. А потім вони рухаються в соціальному часі і просторі. Для того, щоб почався процес СК (соціальної комунікації), комунікант повинен опредметнити свої смисли, тобто втілити їх у змісті комунікаційного повідомлення (висловити за допомогою слів).

Комунікаційне повідомлення рухається в матеріальному просторі і часі, досягаючи, зрештою, свого реципієнта. Для того, щоб процес СК завершився, реципієнту потрібно розпредметнити смисловий зміст повідомлення. Тобто потрібно зрозуміти його і включити зрозумілі смисли в свою психіку, точніше - в індивідуальну пам'ять. Зауважимо, що смисли, якими володіє мовець, можуть упредметнити двояко:

- по-перше, у вигляді комунікаційних повідомлень (мова, лист, малюнок);

- по-друге, у вигляді утилітарних виробів (знаряддя праці, житла, одяг тощо), де також втілені знання та вміння людини.

**Отже, СК виявляється досить складним процесом, де відбуваються операції опредметнення і розпредметнення смислів. Тобто перехід смислів з психічного хронотопу в матеріальний хронотоп і знову в психічний хронотоп.**

**2. ПРОБЛЕМА СЕНСУ І РОЗУМІННЯ В СОЦІАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

Для осягнення смислів реципієнт може використовувати обидва види повідомлень. Проте слід мати на увазі, що в обох випадках існують свої проблеми. Здавалося б, краще мати справу з усним або письмовим посланням на знайомій природній мові. З іншого боку, смисли, втілені у виробах, потрібно вміти витягти, розкодувати й осмислити. Це, мабуть, складніше читання тексту рідною мовою. Зауважимо, однак, що і в першому, і в другому випадку адекватне розуміння проблематично.

Єдиний спосіб опанувати смисли ... - їх розуміння. Розуміння присутнє в 2-х розумових процесах:

- в пізнанні та

- в комунікації.

Коли мова йде про розуміння причинно-наслідкового зв'язку, пристрої машини, мотивів поведінки має місце пізнавальне розуміння. Коли мова

йде про розуміння повідомлення, мається на увазі комунікаційне розуміння.

**Комунікаційне розуміння може мати три форми:**

- комунікаційне пізнання (реципієнт отримує нове знання)

- комунікаційне сприйняття (реципієнт отримує повідомлення, але не осягає глибинного сенсу, напр., текст байки зрозумілий, з мораль ні);

- псевдокомунікація (реципієнт запам'ятовує, повторює, переписує окремі слова і фрази, але не розуміє навіть поверхневого змісту).

Яка з цих 3-х форм є творчим актом? Існують різні критерії розпізнавання рівня розуміння. Американські прагматики вважають критерієм поведінки людини наступну поведінку: якщо одна людина попросила іншу вимкнути світло, то неважливі пізнавально-комунікаційні операції в голові співрозмовників, важливо, чи вимкнене буде світло. Якщо так, то має місце комунікаційне пізнання.

Інші вчені вважають, що повідомлення сприйняте правильно, якщо реципієнт може стати автором розумних стверджувальних висловлювань з приводу його змісту. Треті відкидають настільки спрощені критерії. А. Франс зауважив: «Розуміти досконалий витвір, значить, загалом, заново створювати його у своєму внутрішньому світі». Справа в тому, що глибоке розуміння включає співпереживання. Це означає, що потрібно не тільки дізнатися знаки і усвідомити поверхневий і глибинний зміст повідомлення. Це означає, що потрібно також відкрити і пережити той емоційний стан, яке володів автором в процесі творчості. Проте, абсолютно зрозуміло, що далеко не кожна людина володіє даром заново відтворити твори мистецтва у своїй душі. Тому виникає скепсис щодо розуміння людей один одним. Отже, проблема комунікаційного пізнання залишається відкритою. Дещо краще йде справа з комунікаційним сприйняттям. Не доходячи до глибинних мотивів комуніканта, реципієнт в змозі підтримувати діалог з ним.

**Завдання для самостійної роботи**

1. У чому полягає принципова відмінність комунікації від інших процесів?

2. Які цілі переслідують комуніканти і реципієнти в соціальній комунікації?

3. Які форми може мати комунікаційне розуміння?

4. Розробіть 10 тестових завдань для перевірки знань матеріалу лекції. Передбачте не менше чотирьох варіантів відповідей. Шрифтом виділіть правильні, на Вашу думку, відповіді. Оцінюється в 5 балів.