

Komunikowanie

Komunikowanie polega na przekazywaniu wiadomości innej osobie, która je interpretuje przez nadawanie im znaczenia. Wiadomości mogą być przesyłane świadomie lub nieświadomie i zawierają informacje dotyczące zarówno treści merytorycznej jak i wzajemnego stosunku osób komunikujących się. (Watzlawick, Beavin i Jackson, 1967)

Atrybucja jest to proces nadawania znaczenia otrzymanemu komunikatowi (czyli dekodowanie)

KOMUNIKOWANIE (wg John'a Fiske)

Komunikacja może być przedmiotem badań, ale potrzebuje do tego wielu interdyscyplinarnych metod. Każda komunikacja wymaga znaków i kodów.

Znaki: artefakty lub zachowania które odnoszą się do czegoś innego niż one same. (Konstrukty oznaczające)

Kody: określają wzajemne relacje znaków wchodzących w ich skład.

Kody i znaki są przekazywane i stają się dostępne dla innych ludzi. Przekazywanie i odbieranie znaków i kodów jest jedną z form aktywności związków społecznych

**Komunikacja jest centralną działalnością kultury. Bez komunikacji każda kultura musi umrzeć.
Kultura – „interakcja społeczna przez przesyłanie wiadomości”**

Dwie podstawowe szkoły w nauce o komunikacji:

1. SZKOŁA PROCESU KOMUNIKACYJNEGO - KOMUNIKACJA JAKO PRZEKAZ WIADOMOŚCI.

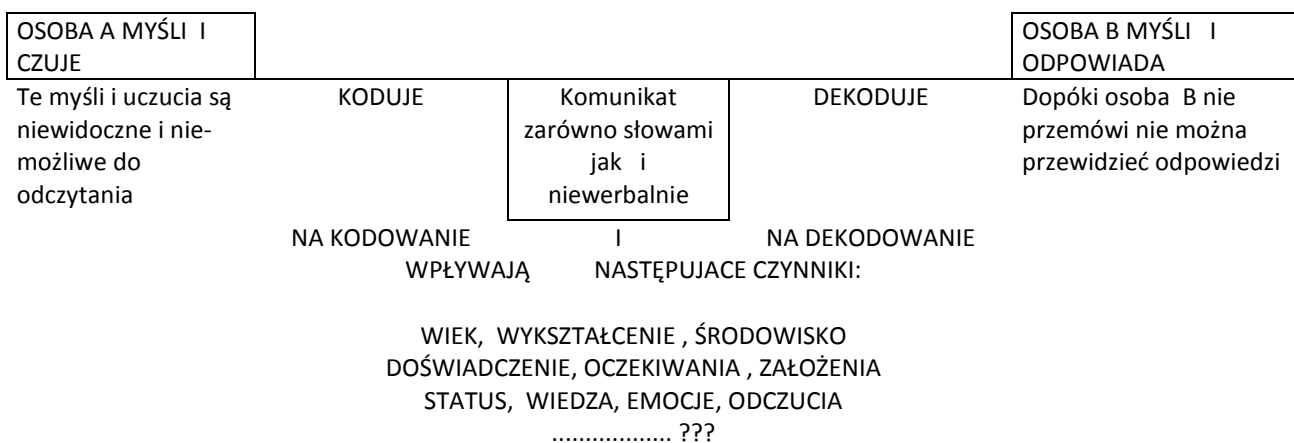
- sposoby kodowania i dekodowania,
- środki przekazu - kanały komunikacji,
- wydajność i dokładność przekazu,
- bariery w przekazie

Komunikacja = proces

Wiadomość – coś co jest przekazywane w trakcie procesu komunikacyjnego

Główny czynnik = intencja

CYKL KOMUNIKOWANIA SIĘ



Im bardziej podobne są te czynniki, tym bardziej skuteczne będzie komunikowanie się

2. SZKOŁA SEMIOTYCZNA – KOMUNIKACJA JAKO PRODUKCJA I WYMIANA ZNACZEŃ

sposoby w jaki informacje i teksty wchodzą w interakcje z ludźmi, w wyniku czego powstają znaczenia,

rola tekstu w kulturze,

nieporozumienie nie musi być wynikiem błędu komunikacyjnego lecz wynikać z różnic kulturowych między nadawcą i odbiorcą

Komunikacja = zjawisko, które konstytuuje daną osobą jako członka społeczności.
(semiotyka – nauka o znakach i znaczeniach – lingwistyka /sposoby działania komunikacji)

Wiadomość – konstrukcja znaków, które tworzą znaczenia przez interakcję z odbiorcą.

Nadawca informacji = przekaźnik informacji. Odczytywanie – proces odkrywania znaczeń, które czytelnik odkrywa współpracując z tekstem.

Przekaz = relacja strukturalna, której pozostałe elementy obejmują czynniki zewnętrzne i nadawcę (producenta przekazu) oraz odbiorcę (czytelnika)

tworzenie i odczytywanie tekstu = działanie paralelne.

BARIERY W KOMUNIKOWANIU SIĘ

Każdy czynnik, który wpływa na kodowanie i dekodowanie komunikatów może, choć nie musi, stanowić przeszkodę w przekazywaniu wiadomości innym ludziom. Niektóre bariery są powszechnie dostrzegane. Z łatwością można zauważyć odmienny sposób ubierania, inny język, sposób witania i żegnania się, zadeklarowana religia, kolor skóry i rysy twarzy, architektura, urządzenie sal, odmienne potrawy, itd. Istnieją nawet pojęcia takie jak “konflikt pokoleń”, odnoszące się do bariery wiekowej, powiedzonka, jak np. “czułem się jak na tureckim kazaniu”, określające barierę językową, przysłowia, jak np. “ja o kozie, a on o wozie”, obrazujące barierę pojęciową. Te bariery są stosunkowo łatwe do pokonania, można bowiem zatrudnić tłumacza, nauczyć się innego sposobu witania lub jedzenia, zdobyć na tolerancję wobec dziwnych strojów, mebli itd.

Prawdziwie niebezpieczne bywają jednak bariery ukryte w świadomości ludzkiej, które wynikają z tego, że własna kultura jest punktem odniesienia dla każdego z jej członków. Własny system norm i wartości nabywany jest w młodości “automatycznie” i bezrefleksyjnie i - podobnie jak język ojczysty - wydaje się każdemu najbardziej właściwy i pożądany.

Etnocentryzm to założenie, że własna kultura jest najlepsza i powinna obowiązywać wszystkich ludzi.

Etnorelatywizm zakłada, że każda kultura jest specyficzna i równoprawna i ludzie powinni szanować inność kulturową rozmówców i domagać się takiego samego szacunku dla własnej kultury.

Oto przykłady kilku ukrytych barier, które bardzo poważnie mogą zakłócić proces porozumiewania się: stereotypy, kontekst kulturowy, inne postrzeganie czasu, inne postrzeganie przestrzeni, różne systemy wartości i norm, inna realizacja tych samych wartości w różnych kulturach (np. gościnność w Polsce – “zastaw się, a postaw się”, w Holandii – “czuj się jak u siebie w domu”)

