

*Лекція 2. Закони, принципи,
правила спілкування.
Комунікативний кодекс*

ЗАКОНИ СПІЛКУВАННЯ

- *Це найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні у всіх типах групового і масового спілкування*

ЗАКОН ДЗЕРКАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СПІЛКУВАННЯ:

*У процесі спілкування співрозмовники
імітують стиль один одного*

Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль:

- *Ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям*

ЗАКОН ПРОГРЕСИВНОГО ЗРОСТАННЯ НЕТЕРПІННЯ СЛУХАЧІВ

*Чим довше говорить мовець,
тим неуважнішими і
нетерплячішими стають
його слухачі*

Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності

- чим більше людей слухає промовця, тим нижчим є середній рівень інтелекту аудиторії

Закон комунікативного самозбереження:

- людина у спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею комунікативну рівновагу

ЗАКОН РИТМУ СПІЛКУВАННЯ

- *співвідношення говоріння і мовчання в мовлені кожної людини - постійна величина. У кількісному вияві вона становить приблизно 1:23*

ЗАКОН МОВЛЕННЄВОГО САМОВПЛИВУ:

- *словесне втілення ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію у мовця*

ЗАКОН ДОВІРИ ДО ЗРОЗУМІЛИХ ВИСЛОВЛЮВАНЬ:

*Чим простіше мовець
висловлює свої думки, тим
краще його розуміють і
більше йому вірять*

ЗАКОН ПРИТЯГУВАННЯ КРИТИКИ:

Чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять і критикують її вчинки

ЗАКОН САМОВИНИКНЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ:

*У разі дефіциту інформації в
певній групі спілкування
інформація самопороджується у
вигляді чуток*

ЗАКОН МОДИФІКАЦІЇ НЕСТАНДАРТНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ УЧАСНИКІВ СПІЛКУВАННЯ:

*Якщо співрозмовник у спілкуванні порушує
комунікативні норми, інший
співрозмовник змушує його змінити
комунікативну поведінку*

ЗАКОН ПРИСКОРЕНОГО ПОШИРЕННЯ НЕГАТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЇ:

*Інформація негативного
змісту має тенденцію до
швидшого поширення, ніж
позитивна*

ЗАКОН СПОТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ («ЗІПСУТОГО ТЕЛЕФОНУ»)

Будь-яка інформація, яку передають у групі спілкування, спотворюється в процесі передавання. Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають

ЗАКОН ЕМОЦІЙНОЇ АФІЛІАЦІЇ («ЗАРАЖЕННЯ»):

*Особи, які перебувають в
однаковому емоційному
стані, прагнуть об'єднатися
в групу і спілкуватися один з
одним*

ЗАКОН МОВЛЕННЕВОГО ПОСИЛЕННЯ ЕМОЦІЙ:

*Емоційні вигуки людини
посилюють емоцію, яку ця
людина переживає в цей час*

ЗАКОН МОВЛЕННЕВОГО ПОГЛИНАННЯ ЕМОЦІЙ:

*У разі послідовної вдумливої
розповіді про емоцію, яку
переживають, вона
поглинається мовленням і зникає*

ЗАКОН ЕМОЦІЙНОГО ПРИГНІЧУВАННЯ ЛОГІКИ:

***В емоційному стані людина
втрачає логічність і
аргументованість мовлення***

Комунікативний кодекс

- *система принципів, правил і конвенцій спілкування, які регулюють мовленнєву поведінку учасників спілкування і ґрунуються на певних категоріях та правилах*

ПРИНЦИПИ СПІЛКУВАННЯ

- *найзагальніші вимоги до процесу інтерації в межах комунікативного акту, вимоги до всіх учасників спілкування*

ПРАВИЛА СПІЛКУВАННЯ

- **ВИМОГИ ДО ОДНОГО З УЧАСНИКІВ КОМУНІКАЦІЇ (адресата чи адресанта), яких він повинен дотримуватися в процесі спілкування**

КОНВЕНЦІЇ СПІЛКУВАННЯ

- звичаї або домовленості у процесах спілкування, певні елементи культури, які можуть варіюватися не впливаючи на стратегії і тактики комунікації

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ

*оптимальна реалізація інтенцій
мовця щодо досягнення
конкретної мети спілкування,
тобто контроль і вибір дієвих
ходів і гнучкої їх видозміни в
конкретній ситуації.*

- **Комунікативна інтенція —**

Це осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення. Обумовлюється мотивацією, обставинами спілкування, можливістю прогнозування результату, завданнями.

- **Комунікативна мета —**

Це стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт.

Комунікативна тактика

це визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного

КРИТЕРІЇ СПІЛКУВАННЯ

- *Критерій істинності*
- *Критерій щирості*