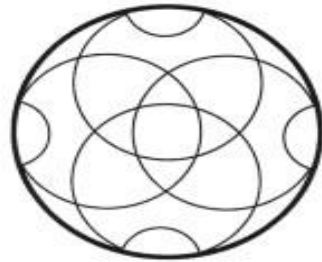


Коммуникативный практикум

Коммуникология-это формирующаяся наука, находящаяся на начальном этапе своего становления и развития, хотя имеет древние корни и богатые коммуникативные и мультидисциплинарные традиции.



КОММУНИКОЛОГИЯ
COMMUNICOLOGY

Том 4 № 4 2016

Коммуникация-передача сообщения,
сознательное, построенное, адресное
и целесообразное влияние на взгляды
и ценности собеседника, построенное
преимущественно на рациональной основе.



Общение - легкое,
неглубокое взаимодействие между людьми и в
большей степени обмен эмоционально значимыми
сообщениями и чувствами, в том числе чувствами



Понятия "**коммуникация**" и "**общение**" в жизни часто употребляют как синонимы, но это не вполне справедливо, между ними есть существенная разница. Бытовое - чаще общение, профессиональное - чаще коммуникация. Бесцельное и без правил - чаще общение, с осознанной целью и по скриптам (по заранее подготовленным текстам) - чаще коммуникация. В отличие от общения, коммуникация предполагает наличие **цели** как минимум у одного из участников.

Социальная коммуникация - это:

- передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов
- **процесс**, который связывает отдельные части соц. систем друг с другом.
- механизм, посредством которого реализуется власть (власть, как попытка определить поведение другого человека).

Межличностная коммуникация-

процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга. Для межличностной коммуникации характерен ряд особенностей, которые составляют ее специфику как типа коммуникации.



Массовая коммуникация-

систематическое распространение сообщений (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись и другие каналы передачи информации) среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью информирования и оказания идеологического, политического, экономического, психологического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей.

Массовая коммуникация характеризуется несколькими критериями:

- наличием технических средств, обеспечивающих регулярность, массовость, публичность сообщений, их социальную актуальность;
- социальной значимостью информации, способствующей повышению мотивированности массовой коммуникации;
- массовостью аудитории, которая вследствие ее рассредоточенности и анонимности требует тщательно продуманной ценностной ориентации;
- отсутствием непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения.

Коммуникант - тот, кто получает сообщение и определенным образом реагирует на него. Если коммуникатор кодирует информацию и передает сообщение по каналам связи, то коммуникант осуществляет обратный процесс: он получает сообщения и декодирует их, т.е. переводит символы в значения.



