

Учреждение образования
«Гродненский государственный университет имени Янки
Купалы»

Факультет истории, коммуникации и туризма
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

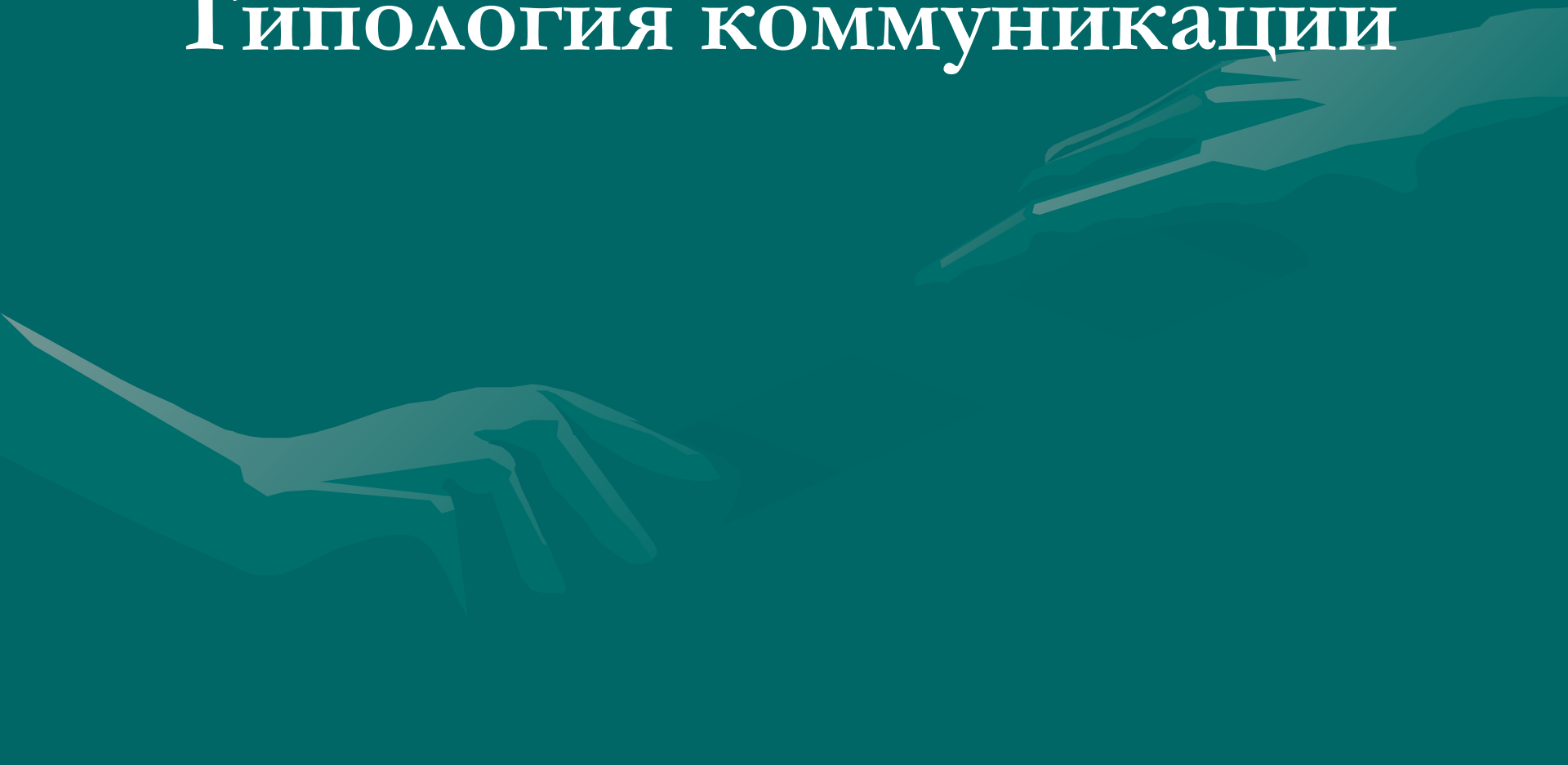
1 курс, 2 семестр

Специальность 1-23 01 02-05 – Лингвистическое обеспечение
межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)

Старший преподаватель Овчинникова Н.Н.

ТЕМА 4

Типология коммуникации





Вопросы по теме 4

1. Виды коммуникативных явлений.
2. Уровни, типы, виды коммуникации: различные подходы к типологии.
3. Формы коммуникации и их разновидности.

1. Виды коммуникативных явлений

Коммуникационные явления – это коммуникационные средства и методы, искусственно созданные людьми или возникшие естественным путём.

Коммуникационные явления по происхождению:

- *биогенные*
врождённые (речевая способность, память)
- *социогенные*
созданные людьми (социально-коммуникационные институты)

■ Виды памяти (мнемы):

- **биологическая**: включает инстинкты, безусловные рефлексy, программы развития организма, закодированные в ДНК
- **индивидуальная**: сохраняет биосоциальные смыслы личности; теряются при амнезии
- **социальная**: является достоянием общества
 - потеря её □ означает распад общества.

■ Социальная память – посредник между биогенными и социогенными коммуникационными явлениями.

Виды социально-культурных институтов

Духовно-производственные:

познание и генерация смыслов и ввод их в социальную память

Первичные	Вторичные	Неинституционные
Образование	Непрерывное образование	Самообразование
Литература	Журналистика и СМИ	Самиздат
Искусство	Прикладное (декоративное) искусство и дизайн	Искусство андеграунда, самодеятельное творчество
Религия	Религиозные общественные движения	Диссидентские и еретические движения
Философия и наука	Прикладная наука и техника	Рукоделие, ремесло

■ **Обслуживающие** (коммуникационные службы): хранение социальной памяти и организация её общественного использования (профессиональная коммуникационная деятельность)

- **кумулятивно-посреднические** (хранители информации): архивы, библиотеки, музеи, органы научно-технической и экономической (маркетинговой) информации, специальные службы медицинской, криминальной, военной, дипломатической и т.п. информации, коммунальные справочные службы (справки по городу, биржа труда, расписание транспорта и т.д.
- **посреднические службы** (организаторы коммуникации): издательства и типографии; книжная торговля; клубные учреждения; парки; театральные-концертные и цирковые организации; кино- и видеопрокат; общественные организации (общества по интересам, благотворительные фонды, религиозно-просветительские общества и т.д.); туристические организации; оргкомитеты массовых праздников, спортивные организации, рекламные бюро, торговые биржи и т.д.

2. Уровни, типы, виды коммуникации: различные подходы к типологии

1. В связи с субъектами коммуникации

- *По социальной обусловленности* □ уровни *К.:*
 - внутриличностная (интраперсональная)
 - межличностная (интерперсональная)
 - групповая
 - массовая
- *По адресату и статусу сообщения:*
 - публичная (ретиальная)
 - непубличная (аксиальная)

2. В связи с контекстом коммуникации

- *По степени организованности:*
 - случайная / неслучайная (организованная)
- *По степени личностной вовлечённости участников:*
 - социально-ролевая
 - деловая
 - интимно-личностная
- *По соотношению статусов субъектов К.:*
 - симметричная / несимметричная

■ *С точки зрения взаимоотношений участников коммуникации и коммуникативной ситуации:*

- частная
- официальная

■ *По характеру коммуникации:*

- формальная
- неформальная

■ *По инициативности субъектов коммуникации:*

- активная
- пассивная

По сфере коммуникации:

- сфера бытовой коммуникации
- сфера производственной коммуникации
- сфера бизнес-коммуникации (делового общения)
- сфера политической коммуникации
- сфера научной коммуникации
- сфера образовательной коммуникации
- сфера спортивной коммуникации
- сфера туристической коммуникации
- сфера медицинской коммуникации
- сфера религиозной коммуникации
- сфера шоу-бизнеса и др.

3. В связи с каналом коммуникации

■ *По способу установления и поддержания контакта:*

- непосредственная (прямая)
- опосредованная (дистанционная, дистантная)
 - лично-опосредованная
(посредники – социальные субъекты)
 - искусственно-опосредованная
(посредники – технические устройства)

■ *По времени протекания контакта:*

- синхронная
- асинхронная

По каналу передачи и восприятия сообщения:

- визуальная, аудитивная (слуховая), кинестетическая (пластическая), тактильная, сенсорная...
- одноканальная / многоканальная

В зависимости от направления потока информации:

- горизонтальная
- вертикальная
 - нисходящая
 - восходящая

4. В связи с кодом коммуникации

■ *По системе кодирования сообщения:*

- вербальная
 - устная
 - письменная
- невербальная
 - первичная
 - вторичная

■ *По происхождению знаковой системы:*

- естественная
- искусственная

5. В связи с сообщением

По цели сообщения:

- когнитивно-ориентированная
- аффективно-ориентированная
- конативно-ориентированная

По информационной наполненности сообщения:

- информационно наполненная (содержательная)
- информационно пустая (ритуальная, фатическая)

6. В связи с обратной связью

По наличию обратной связи:

- односторонняя / двусторонняя

7. В связи с результатом

По соответствию целям источника:

- эффективная / неэффективная

С точки зрения объективности и поддержания социального равновесия:

- кооперативная / конфликтная
- конструктивная / деструктивная

3. Формы коммуникации и их разновидности

■ В зависимости от способа осуществления информационного обмена выделяют следующие **формы коммуникации**:

- подражание
- заражение
- управление
- диалог

■ **Подражание** – воспроизведение реципиентом движений, действий, поведенческих реакций коммуниканта

- произвольное / непроизвольное
- привлекательность для реципиента
- 1 из древнейших форм передачи смыслов
- 1 из способов существования социальной памяти

■ **Заражение** – коммуникационное действие, которое стихийно возникает в массах людей

- эмоциональный накал и агрессивность
- основано на бессознательных побуждениях
- *источники*: музыкальные ритмы, религиозный экстаз, спортивный азарт, ораторское мастерство...

■ **Управление** – коммуникационное действие, при котором коммуникант рассматривает реципиента как объект управления и средство достижения своих целей

- субъект-объектные отношения
- субъект имеет право монолога, объект может только сообщать о своей реакции по каналу обратной связи
- *формы управленческого монолога*: приказ, внушение (суггестия), убеждение

■ **Диалог** – двусторонний обмен информацией между людьми, в котором коммуникатор и реципиент принимают равноправное участие

- субъект-субъектные отношения

Источники

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2008.
2. Кашкин, В.Б. Основы теории коммуникации: Краткий курс. – 3-е изд., перераб. и доп. / В.Б. Кашкин. – М.: АСТ: Восток – Запад. – 2007.
3. Конецкая, В.П. Социология коммуникации: Учебник / В.П. Конецкая. – М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997.
4. Сидорская, И.В. Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-02 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И.В. Сидорская. – Минск, 2008.
5. Сухорукова, Н.Г. Основы теории коммуникации: Учеб.-метод. комплекс / Н.Г. Сухорукова. – Новосибирск: НГУЭУ, 2006.
6. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А.В. Соколов. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
7. Шашкова, Н.В. Основы теории коммуникации: Электронный учебник / Н. В. Шашкова. – НИМИБ: Нижний Новгород, 2008.