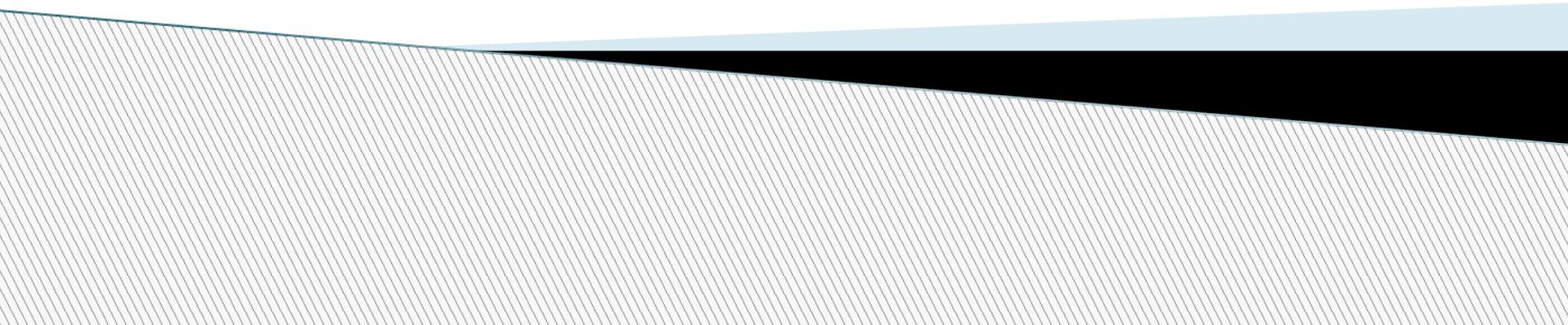


Типология социальной коммуникации

Шарахина Лариса Валентиновна



По используемым символьным системам:

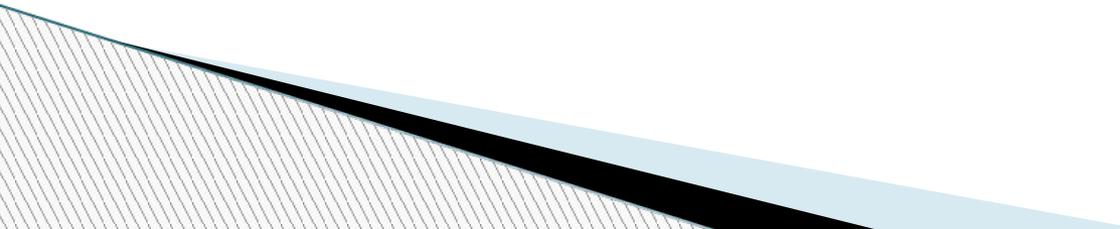
- ▣ Вербальная коммуникация;
- ▣ Невербальная коммуникация.

(семантика – синтактика – прагматика -
подробнее в *семиотическом подходе к*
социальной коммуникации)

Вербальная vs невербальная

Невербальная коммуникация	Вербальная коммуникация
Обмен сообщениями «здесь и сейчас» (конкретная ситуация)	Обмен сообщениями, которые могут существовать помимо передающего их человека (в пересказе, в виде текста)
Трудно разложить на отдельные единицы (комплекс движений тела, лица, голоса, перемещений...)	Составные элементы чётко отделены друг от друга, их соотношение определено правилами (буквы, слова, предложения, фразы)
Непроизвольные движения преобладают над произвольными, неосознаваемые над осознаваемыми	Высказывания в значительной мере осознанны, их легче анализировать, понять, проконтролировать
Невербальный язык успешно усваивается путём наблюдения, копирования, подражания	Специально обучают языку в рамках семьи и общества

Уровни коммуникации по составу коммуникантов:

- ▣ Внутриличная;
 - ▣ Межличностная;
 - ▣ Групповая;
 - ▣ Организационная;
 - ▣ Массовая.
- 

Межличностная коммуникация

□ Процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом.

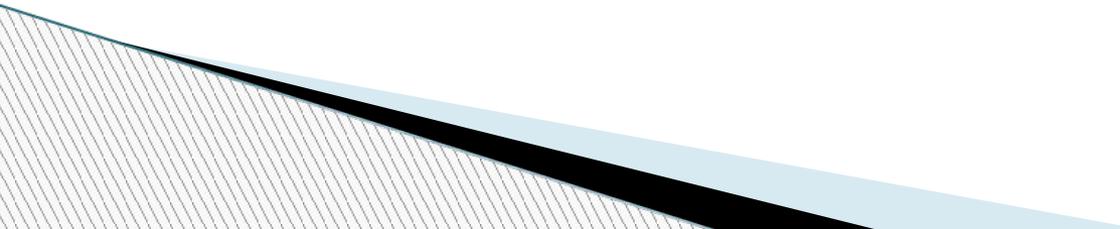
 Межличностный характер взаимодействия, участники могут легко осуществить обратную связь, взаимодействие лично ориентировано. Важен характер этого взаимодействия.

Аксиомы межличностной коммуникации

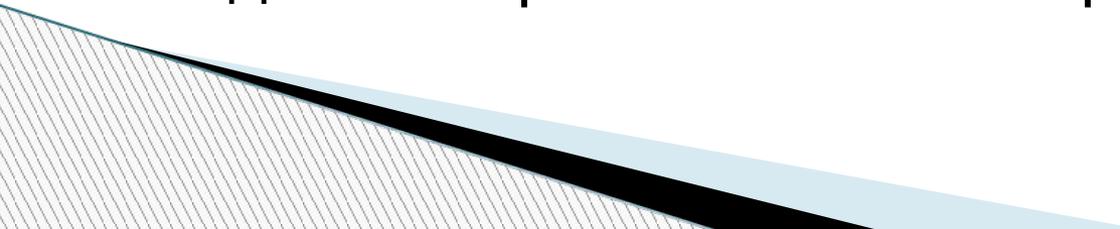
1. Невозможность отсутствия коммуникации.
2. Любая коммуникация имеет уровень содержания и уровень отношения.
3. Пунктуация последовательности сообщений (самоосуществляющееся пророчество).
4. Симметрическое и комплементарное взаимодействие.
5. Коммуникация может быть как намеренной, так и ненамеренной, эффективной и неэффективной.
6. Коммуникация необратима.

*П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон.
Психология межличностных коммуникаций*

Групповая коммуникация

- Совокупность позиций членов группы относительно получения и хранения значимой для группы информации;
 - Групповое влияние и степень идентификации человека с группой;
 - Принятие группового решения в результате общего поиска.
- 

Признаки малой группы

- Контактность;
 - Целостность;
 - Стабильность состава;
 - Устойчивость взаимодействия;
 - Наличие внутренней структуры;
 - Удовлетворение личных запросов.
- 

Организационная коммуникация

- ▣ Объединяет признаки межличностной и групповой коммуникации;
 - ▣ Обладает формализованной структурой;
 - ▣ Выделяют по направлению вертикальные и горизонтальные коммуникации;
 - ▣ По характеру взаимоотношений коммуникантов выделяют формальные и неформальные коммуникации.
- 

Массовая коммуникация -

- Процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, телевидение...) на численно большие, рассредоточенные аудитории.
- СМК – специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории.

Характеристики массовой и межличностной коммуникации (спорно)

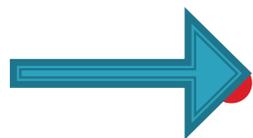
Массовая коммуникация	Межличностная коммуникация
Опосредованность общения техническими средствами	Непосредственный контакт в общении
Общение с большими социальными группами	Общение индивидов
Ярко выраженная социальная ориентированность общения	Как социальная, так и индивидуально-личностная ориентированность общения
Организованный, институциональный характер общения	Как организованный, так и спонтанный характер общения
Отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения	Наличие непосредственной обратной связи между общающимися

Характеристики массовой и межличностной коммуникации (спорно)

Массовая коммуникация	Межличностная коммуникация
Повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения	Более «свободное» отношение к соблюдению принятых норм общения
Однонаправленность коммуникации и фиксирование коммуникативных ролей	Попеременная смена направленности информации и коммуникативных ролей
«Коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность	«Индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная» индивидуальность
Массовая, стихийная, анонимная, разрозненная аудитория	Реципиент – отдельный конкретный человек
Преобладание двухступенчатого характера восприятия сообщения	Преобладание непосредственного восприятия сообщения

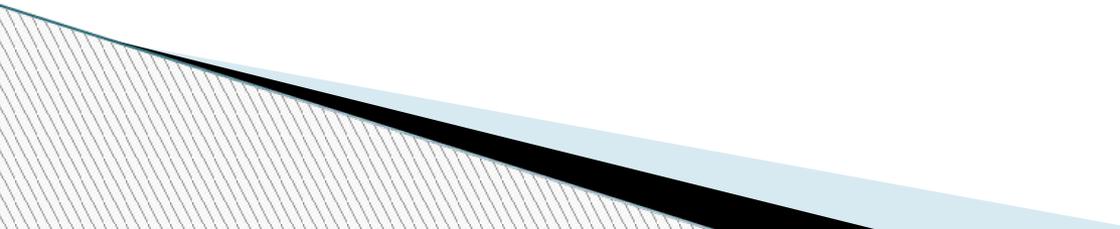
Виды коммуникации по сферам:

- Бытовая коммуникация
- Производственная коммуникация
- Политическая коммуникация
- Бизнес-коммуникация...

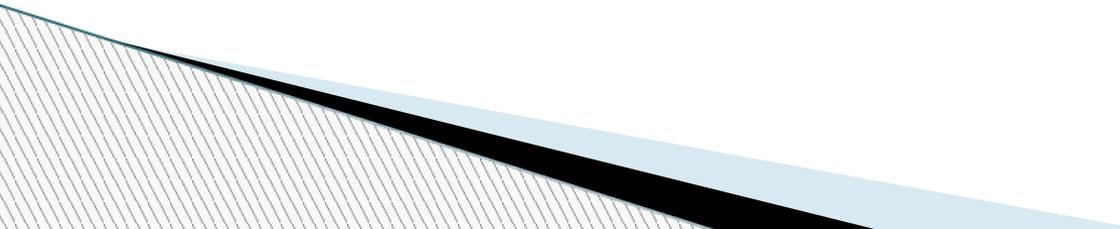


Бытовая коммуникация vs
деловая коммуникация

По целям коммуникации

- Информативная
 - Фатическая
 - Цель фатического общения – установление и поддержание контакта между коммуникантами (речь – не средство коммуникации, а цель)
- 

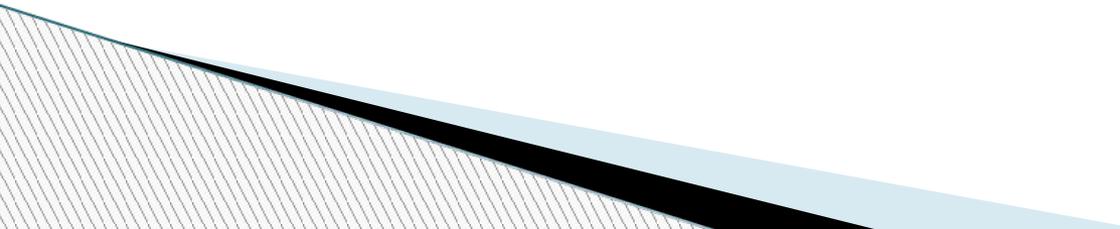
По использованию средств коммуникации

- Медиакоммуникация - технически опосредованная коммуникация;
 - Естественно опосредованная коммуникация;
 - Непосредственная коммуникация.
- 

Ритуальная коммуникация

- Для поддержания связи с социумом (основная цель), определенных норм общения, т.е. социально предписанное поведение.
- Характерные черты:
 - ненаправленность;
 - неинформативность;
 - бессодержательность;
 - невовлечённость в общение партнёров (малая вовлечённость).

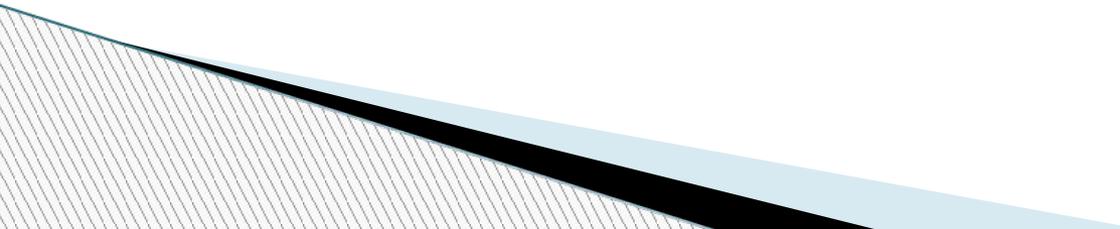
Специально организованная коммуникационная среда в рекламе и связях с общественностью:

- Визуальная коммуникация;
 - Мифологическая коммуникация;
 - Перформансная коммуникация (ритуалы!).
- 

Типы сообщений в зависимости от содержания:

- Когнитивное;
- Конативное;
- Эмотивное.

Типы сообщений в зависимости от получаемого результата:

- Эффективное;
 - Неэффективное.
- 

Коммуникация в зависимости от направленности

- Односторонняя

$S \longrightarrow \text{message} \longrightarrow O$

- Двухсторонняя асимметричная

$S \xleftarrow{\text{message}} S$

- Двухсторонняя симметричная

$S \xleftrightarrow{\text{message}} S$