

Ирина Юрьевна Матвеева, кандидат
педагогических наук, доцент

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К КУРСУ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникация

```
graph TD; A[Коммуникация] --> B[материальная]; A --> C[смысловая]; C --> D[генетическая]; C --> E[психическая]; C --> F[социальная];
```

материальная

смысловая

генетическая

психическая

социальная

Социальная коммуникация – передача социальной информации во времени и пространстве.

СОЦИАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ



КОММУНИКАЦИОННЫЙ КАНАЛ

СУБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

- Личность,
- Группа,
- Масса.

СОЦИАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ:

Исходя из цели коммуникации различают:

1. **Познавательная** цель – в ее результате передаются **ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ**.
2. **Экспрессивная** цель – в ее результате передаются **ЭМОЦИИ**.
3. **Побудительная** цель – в ее результате передаются **СТИМУЛЫ, МОТИВЫ**.

ФОРМЫ КОММУНИКАЦИОННОГО ПОНИМАНИЯ

1. **Коммуникационное познание** – воспринимается не только смысл сообщения, но и причинно-следственные связи (контекст) события.
2. **Коммуникационное восприятие** – фрагментарное восприятие информации.
3. **Псевдокоммуникация** – обеспечивает движение материальной оболочки, а не смысла информации.

-
- ▣ **Социальное время** – интуитивное ощущение течения социальной жизни, переживаемое современникам.
 - ▣ **Социальное пространство** – интуитивное ощущение социальных отношений между людьми.

ФОРМЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ДЕЙСТВИЙ

- **Подражание** – досталась в наследство от зоокоммуникации. Заимствование реципиентом повадок и действий коммуниканта. Объект-субъектное взаимодействие (мода, кумиротворчество, профессионализация, социализация и т.д.)
- **Диалог** – возник в процессе формирования речи. Предполагает последовательность высказывания коммуниканта и реципиента. Субъект-субъектное взаимодействие.
- **Управление** – возникла с расслоением общества. Предполагает неравноправие в высказываниях. Субъект-объектное взаимодействие.

ВИДЫ И УРОВНИ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Микро-коммуникация	Миди-коммуникация	Макро-коммуникация	Виды КД Уровни КД
И - И			Межличностная коммуникация
И - Г	Г - Г		Групповая коммуникация
И - М	Г - М	М – М	Массовая коммуникация

ФОРМЫ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- И п И – копирование образца,
- И д И – беседа,
- И у И – команда,
- И п Г – референтная группа,
- И у Г – руководство коллективом,
- И п М – социализация,
- И у М – авторитаризм,
- Г п Г – мода,
- Г д Г – переговоры,
- Г у Г – групповая иерархия,
- Г п М – адаптация,
- Г у М – руководство обществом
- М п М – заимствование достижений,
- М у М – информационная агрессия (война),
- М д М – взаимодействие культур.

ОБЩЕНИЕ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ КАТЕГОРИЯ

Структура общения:

Общение = коммуникация + перцепция + интеракция

1. **Коммуникация** – передача информации,
2. **Перцепция** – взаимное восприятие, стремление к пониманию мотивов поведения партнера,
3. **Интеракция** – обмен действиями согласно принятой программе совместной практической деятельности.

Варианты общения:

$O = П + К + И$ - материальный труд, сопровождаемый вербальной коммуникацией,

$O = П + К - (К = И)$ - духовный труд,

$O = П + И$ – материальный труд, не сопровождаемый вербальной коммуникацией.

СТРАТЕГИИ ОБЩЕНИЯ:

- Открытое – Закрытое,
- Монологическое – Диалогическое,
- Ролевое – Личностное.

Виды общения:

1. «Контакт масок»,
2. Примитивное,
3. Формально-ролевое,
4. Духовное,
5. Деловое,
6. Манипулятивное,
7. Светское.

ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникации

```
graph TD; A[Коммуникации] <--> B[Вербальные (смысл и значение фраз)]; A <--> C[Невербальные (неречевые добавки к вербальной коммуникации)]; B --- D[★]; C --- D;
```

Вербальные
(смысл и значение фраз)

Невербальные
(неречевые добавки к
вербальной
коммуникации)

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

1. **Кинестика** – наука, изучающая движение мышц человека (мимика, жестика, пантомимика...),
2. **Пара- и экстралингвистика** – звуковые «добавки» к вербальной коммуникации
3. **Организация пространства** – выбор организации пространства вокруг процесса коммуникации.
4. **Контакт глаз** – движение глаз во время коммуникационного акта.
5. **Проксемика** - расположение людей в пространстве.

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ

1. Мужчина и женщина имеют разную норму на количество «слов» в течение суток.
2. У мужчин – проблемно-ориентированное мышление, у женщин – эмоционально-ориентированное мышление.
3. Разное количество видов деятельности, выполняемых в процессе общения.

СОТРУДНИЧЕСТВО И КОНФЛИКТЫ

Конфликт (лат.) – столкновение противоположных взглядов, позиций, мнений; спор, приводящие к борьбе.

Виды конфликтов:

- ▣ **Экономические** – предмет конфликта: деньги, имущество или материальные блага,
- ▣ **Социально-политические** – предмет конфликта: власть в обществе,
- ▣ **Идеологические** – предмет конфликта: взгляды людей на устройство общества, мировоззрение,
- ▣ **Социально-психологические** – предмет конфликта: отношения между людьми, взаимное восприятие,
- ▣ **Социально-бытовые** – предмет конфликта: взгляды людей на бытовое устройство.

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОНФЛИКТА

1. **Предконфликтная ситуация** – состояние дел на кануне конфликта. Характеризуется ростом напряженности отношений и постепенным их разрушением.
2. **Инцидент** – формальный повод для начала столкновения.
3. **Развития конфликта** – динамично развивающиеся отношения, интенсивность которых зависит от конфликтности поведения (компромиссное, активно-конфликтное, пассивно-конфликтное...).
4. **Кульминация** – высшая точка развития конфликта. Здесь становится очевидным нецелесобразность продолжения конфликта.
5. **Разрешение конфликта** – поиск путей выхода из конфликта.
6. **Переговоры** – совместный поиск и выработка условий выхода из конфликта.
7. **Постконфликтная ситуация** – состояние дел после разрешения конфликта. При несоблюдении условий выхода из конфликта становится предконфликтной ситуацией.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

- Как можно быстрее выходить на стадию переговоров,
- Управлять конфликтом,
- Применять компромиссное поведение.

ФУНКЦИИ КОНФЛИКТА

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ

1. Выясняет позиции конфликтующих сторон и окружающих людей,
2. Вскрывает и частично разрешает имеющиеся противоречия и проблемы,
3. Усиливает коммуникационные связи,
4. Способствует социальному прогрессу,
5. Выявляет лидера

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ

1. Ведет к нестабильности,
2. Разрушает социальные отношения,
3. Ведет к утрате ресурсов (материальных, физических, здоровья,)

ПРАВДА И ЛОЖЬ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Разновидности правдивого знания:

1. **Истина** – бесстрастное отражение действительности, выражающее знание о мире самому миру.
2. **Правда** – эмоционально-окрашенная истина, содержащая субъективную оценку или моральную санкцию общества.

Виды неправды:

1. **Заблуждение.**
2. **Полуправда – сообщение, сочетающее истинные и ложные сведения.**
3. **Ложь – умышленное искажение сведений.**

Источники лжи:

1. **Перцепция – имидж.**
2. **Коммуникация – речь.**
3. **Интеракция – недобросовестная деятельность.**

ПРИНЦИП ПРАВДИВОСТИ

- **Истина ради истины** – жизненное кредо правдолюбцев.
- **Правда и ложь во благо** – коммуникант руководствуется выгодой реципиента при принятии решения о передаче правдивой информации.
- **Правда и ложь по расчету** - коммуникант руководствуется собственной выгодой при принятии решения о передаче правдивой информации.

ИГРЫ И ПСЕВДОИГРЫ

1. Археокультура - игра использовалась для социализации подрастающего поколения, являлась средством хранения, распространения и создания социальных смыслов.
2. Палеокультура – с формированием социокультурных институтов (религия, искусство, образование , ...) игра выделяется в досуговую сферу и культура разделяется на народную и элитно-профессиональную.
3. Неокультура – раскрепощение народных масс приводит к повышению востребованности на игру, благодаря чему игра становится объектом коммерции (цирк Шапито, Театр Глобус, ...).
4. Постнеокультура – широкое разнообразие игровых средств, обогащенных за счет ИТ-технологий.

ПРИЗНАКИ ИГРЫ

1. Наличие условных или принятых правил.
2. Главная цель – выигрыш.
3. Удовлетворяет этические и эстетические потребности играющего субъекта.
4. Творческая деятельность.
5. Создает непредсказуемые, но справедливые испытания силы, упорства, отваги.
6. Существует в виртуальных мирах.
7. СВОБОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

-
- **Игра – это творческое духовное общение независимых субъектов, направленное на удовлетворение этических и эстетических потребностей.**

Типы игр:

1. Игра-маскарад – цель: скрыть действительное состояние играющего субъекта (театрализованные представления, маскарады, психотехники...)
2. Игра-иллюзия – цель: уход в виртуальные миры в поисках физической или психической разгрузки.
3. Игра-разгадка – цель: познать действительное, но скрытое.
4. Игра-состязание – субъект-субъектная борьба, главная цель которой – победа (спортивные игры, конкурсы...).

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

Проблема



Потребность



Мотив



Деятельность

Функции потребностей:

- 1. Сигнальная** – сигнализирует о наличии рассогласования между фактическим и нормальным состоянием сознания.
- 2. Побуждающая** – побуждает человека к деятельности для компенсации рассогласования.

КЛАССИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ



-
- задание: эссе «Мое социальное время и пространство»
 - mir2106@mail.ru