

SOCIÁLNA KOMUNIKÁCIA

The background is a light blue gradient with a prominent dark blue DNA double helix structure on the right side. Scattered throughout are various molecular diagrams, including hexagonal and pentagonal rings, circles, and lines representing atoms and bonds. Some elements are semi-transparent, creating a layered effect.

---

# KOMUNIKÁCIA

- špecifická forma spojenia medzi ľuďmi – odovzdávanie a prijímanie
  - významov
  - **základný predpoklad** – zdieľanie určitého súboru významov a existencia komunikačného vzťahu
  - **vzájomné pôsobenie** – komunikácia = interakcia? K. môže prebiehať aj na diaľku
  - spoločenské vzťahy
    1. **medziosobné – interpersonálna komunikácia (napr. rozhovor)**
    2. *k sebe samému – intrapersonálna komunikácia*
    3. **v skupine – skupinová komunikácia**
    4. **celospoločenské – masová komunikácia**
  - podľa charakteru prostriedkov a spôsobov sprostredkovania rozlišujeme **verbálnu** (slovné výrazy v ústnej alebo písomnej podobe) a **neverbálnu k.** (mimoslovné prostriedky), podľa zámeru rozlišujeme **zámernú a nezámernú k.**
-

---

# 1 INTERPERSONÁLNA KOMUNIKÁCIA

- **Verbálna komunikácia**
  - **zdieľanie významov v slovnej podobe**
  - význam – všetko, o čom ľudia komunikujú – informácie,
  - poznatky, emócie, normy, hodnoty, ideály, postoje
  - **obsah vs. význam? význam vyjadruje viazanosť obsahu na osobnosť účastníkov, situačný a spoločenský kontext...**
  - „Miláčik, máš pravdu“ **Neverbálna komunikácia**
  - ako komunikačný prostriedok používame funkcie orgánov
  - alebo organizmu ako celku
  - **telesný kontakt, blízkosť (proxemika), dotyky (haptika), orientácia, vzhľad, pozícia alebo postoj tela (posturika), pohyby tela alebo hlavy (kinezika), výraz tváre (mimika), pohyby rúk alebo gestá (gestika), pohľady, neverbálne aspekty reči (paralingvistika)**
  - aký význam odovzdávame? skôr názorný ako abstraktný, napr. **emócie**
  - **neverbálna k. môže verbálnu nahradiť, zvýrazniť,**
  - **odporovať jej, meniť jej význam**
  - **tvárové výrazy emócií (Charles Darwin, Paul Ekman) – univerzálne pre ľudí všade na svete?**



---

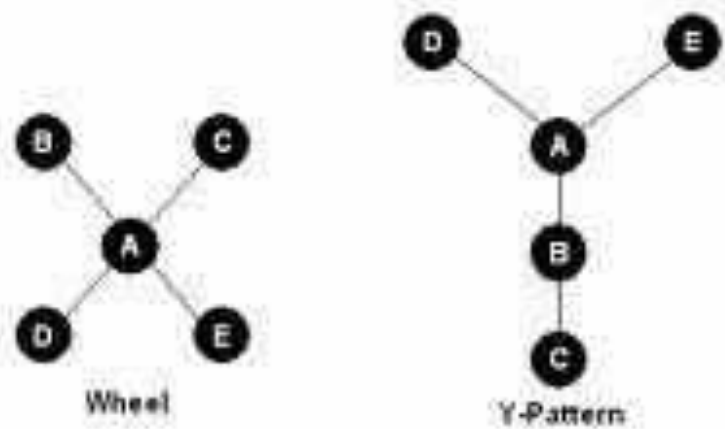
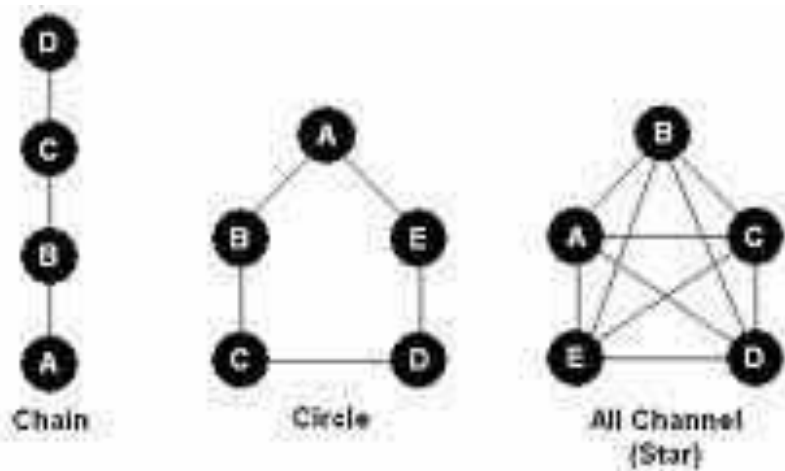
## 2 EFEKTÍVNY PORADENSKÝ ROZHOVOR

- Empatické počúvanie a reflexia toho, čo pacient hovorí
  - Otvorené otázky (ako...? Môžete mi povedať viac o ...?)
  - Pozor na neverbálnu komunikáciu
  - Spätná väzba
  - Neradiť, skôr informovať!
  - **rôzne typy klientov** – nedobrovoľný klient, mlčanlivý klient, depresívny klient, suicidálny klient, manipulatívny klient, agresívny klient
-

---

# 3 SKUPINOVÁ KOMUNIKÁCIA

- minimálna skupina – triáda
  - K. Lewin (1947) – skupinová diskusia navodzuje kooperáciu lepšie ako individuálne poučovanie – skupinová diskusia zvyšuje skupinovú identitu a vyvoláva záväzok ku kooperácii
  - komunikačné siete (výkon pri riešení úlohy v skupine)
    - **Reťaz**
    - **Kruh (najviac chýb, najspokojnejší, výkonnejší pri komplexných problémoch)**
    - **Každý s každým (potrebujú menej času, robia menej chýb, spokojnejší a výkonnejší ako ostatné)**
    - **Koleso/hviezda (najmenej spokojní, výkonnejší pri jednoduchých problémoch)**
    - **Ypsilon (najmenej chýb)**
-



---

# 4 MASOVÁ KOMUNIKÁCIA A VEREJNÁ MIENKA

- **médiá** – akékoľvek komunikačné prostriedky (lat. medium – sprostredkovateľ),
  - neoddeliteľná súčasť modernej doby, ich význam neustále rastie
  - „médiá spôsobujú násilie“ ??? obavy z vplyvu médií na jedincov a spoločnosť (dôsledky zobrazovania násilia, manipulácia spotrebiteľov, presýtenie informáciami) – motívy pre výskum vs. pozitívny efekt médií – málo výskumu
  - náročný výskum – ako možno merať niečo, čo je prirodzenou súčasťou života?
  - **masová komunikácia** – spoločenský proces prenosu rôznych typov informácií prostredníctvom technických prostriedkov (tlač, rozhlas, televízia, internet) – výsledkom je vplyv na **verejnú mienku** – to, čo si určitá verejnosť myslí, cíti
  - k určitej veci, osobe, udalosti alebo javu
  - základná sociálnopsychologická charakteristika komunikácie – **oznamovanie správ a zdieľanie významu medzi ľuďmi**
-

---

# ŠPECIFIKÁ MASMEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCIE

1. pôvodcom a príjemcom oznámenia nie je iba jedinec, ale **množina ľudí**
  2. masová komunikácia má **verejný charakter** – dostupnosť každému potenciálnemu záujemcovi
  3. spravidla nedochádza k výmene rol pôvodcu, komunikátora, a príjemcu, recipienta, ako v rozhovore dvoch ľudí; **roly pôvodcu a príjemcu sú trvale rozdelené**
  4. pôvodca a príjemca **nie sú v priamom bezprostrednom kontakte**, existuje medzi nimi vzdialenosť priestorová, časová alebo obe
  5. oznámenie môže prijímať **osamotený jedinec, viac jedincov, skupina i veľké publikum** – sociálny vplyv
-

---

# VÝSKUM MASMEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCIE

- hypotéza o tzv. **nastolovaní otázok (agenda-setting)** – McCombs a Shaw (1972) – vzťah medzi mediálnou mierou dôležitosti a mierou dôležitosti, ktorú informácii pripisujú príjemcovia – **témy, na ktoré kladú dôraz médiá, sa stávajú predmetom zvýšeného záujmu zo strany ľudí**
  - 60. roky USA – obavy z negatívneho vplyvu televízneho násillia – množstvo výskumu, avšak bez jednoznačných výsledkov – „vedľajší produkt“ – **kultivačná teória** (Gerbner et al., 1986)
  - 70.-80. roky – obsahová analýza programu – 7 z 10 programov obsahovalo násillie, v priemere 5 násilných činov za hodinu v najsledovanejších časoch, v sobotu dopoludnia (detské programy) 25 násilných činov za hodinu...
  - **Hypotéza: televízne programy „kultivujú“ názory ľudí, čím viac času ľudia strávia sledovaním televízie, tým viac sa bude ich videnie sveta podobáť tomu obrazu, ktorý vytvára televízia.**
  - Koľko percent mužov pracuje pri presadzovaní zákona? 10% alebo 1%? **silní**
  - **diváci – deformácia obrazu reálneho sveta Riziká nových masmédií**
  - zahltenie netriedenými, neoverenými informáciami
  - narušenie, ohrozovanie súkromia
  - únik od reality – reálny vs. online život
-