

КОММУНИКАЦИЯ:

Модели и виды



МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ

- Математическая;
- Кибернетическая;
- Социально-психологическая;
- Обобщенная;
- Трансакционная;
- Интегрированная социальная;
- Интегрированная маркетинговая;
- Трансверсальная;
- Коммуникация на 360 градусов.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ К. ШЕННОНА – У. УИВЕРА (1949) И М. ДЕ ФЛЕРА



а — модель К. Шеннона и У. Уивера

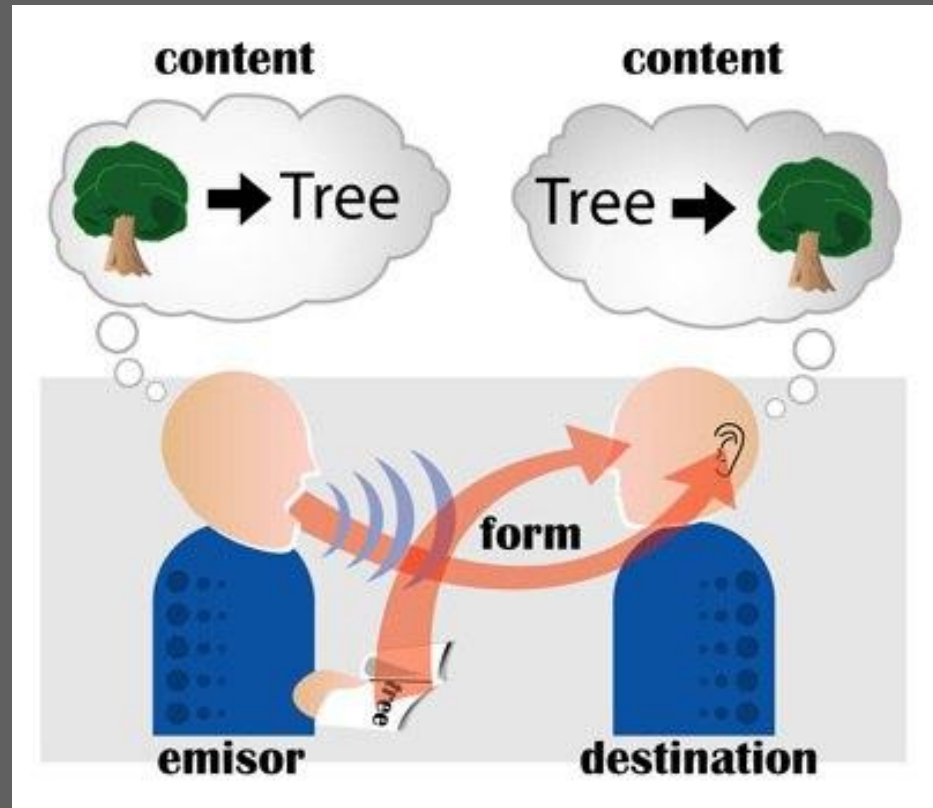


б — модель М. Дефлера

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА

Профессор читает лекцию студентам:

- ❖ **источник** - его мозг;
- ❖ **передатчик** – голосовые связки и речевой аппарат;
- ❖ **сигнал** – изменяемое давление звука;
- ❖ **канал** - воздух, по которому движется сигнал;
- ❖ **приёмники** – ушные нервы слушателей;
- ❖ **получатель** сообщений - их мозг;



МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА

Три уровня коммуникации:

- **Технический** – наличие, функционирование, значение, оперативность технических средств, специальных организационных структур, банков данных, сетей, технологий хранения и передачи, а также каналов распространения официальной информации (печатных, электронных и др.).
- **Семантический** – интерпретация сообщения получателем сравнительно с тем значением, которое было отправлено.
- **Уровень эффективности (влиятельный)** – степень воздействия информации на социальные отношения (насколько успешно переданное сообщение позволяет изменить поведение).

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА

Шумы

Искажение (изменение) сообщения помимо воли источника и получателя информации называются *потерями информации*, или *шумами*.

Шум - это все, что добавляется к сигналу без намерения источника в процессе передачи (искажение звука или потрескивание в телефонных проводах, «снежинки» на телеэкране).

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА

Шумы

- **Механические** - шум *канала*, позже - любой сигнал, который был получен реципиентом без ведома источника, или *любая помеха*, затрудняющая передачу или декодирование сообщения (неудобный стул, посторонние мысли).
- **Семантические** - содержательные или семантические ошибки, искажения сообщения при его кодировании/декодировании, *помехи нетехнического характера*.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА – УИВЕРА

Две группы семантических шумов:

- **Шум источника** (ненамеренное искажение смысла производимой им информации путем неправильного употребления языка либо иных символов)
- **Шум получателя** (искажение сообщения в процессе декодирования полученного сигнала из-за субъективных интерпретаций языковых или иных символов).

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА-УИВЕРА

■ Суть: безупречная коммуникация - когда *объем информации, переданной* источником, равен *объему информации, полученной* адресатом.

Если объемы не равны - либо присутствует шум, либо канал не способен передавать информацию.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ШЕННОНА-УИВЕРА. ВЫВОДЫ

- Вводится понятие уровней коммуникации, шумов (помех).
- Позволяет измерять эффективность коммуникации на уровне количественных параметров.
- Предназначена прежде всего для анализа технических аспектов коммуникации.
- Значение сообщений остается за скобками.
- Процесс коммуникации рассматривается как линейный и односторонний.

КИБЕРНЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВИНЕРА

Суть: любая система работает эффективно, когда она получает информацию о состоянии своих звеньев и на ее основе модернизирует управляющие сигналы.

«Информация, поступающая обратно в управляющий центр, стремится противодействовать отклонению управляемой величины от управляющей».

КИБЕРНЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВИНЕРА

- Учитывается обратная связь.
- Рассматривается функционирование общественной информации: группы животных имеют мало информации, поскольку члены ее не делятся ею друг с другом; в социуме информации больше, чем у каждого отдельного члена.
- Система функционирует эффективно, если ее обратная связь дает достоверную информацию.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ НЬЮКОМБА

- Суть: ответ на вопросы: что побуждает субъектов к вступлению в коммуникацию и каким образом влияют на коммуникацию отношения между субъектами?
- Рассматриваются отношения между участниками и объектом коммуникации;

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ НЬЮКОМБА

(А — В — Х-модель)

- Описывается влияние этих отношений на характер и результат коммуникативного взаимодействия.
- **Рабочая модель** - ситуация коммуникативного взаимодействия, в которой два социальных субъекта любого типа (А и В) вступают в коммуникацию по поводу некоего внешнего по отношению к ним объекта Х. Если А и В сориентированы друг к другу положительно, то они будут стремиться к совпадению своего отношения к Х.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ НЬЮКОМБА

- Суть: коммуникация начинается, когда субъект В (личность или социальная группа) начинает испытывать потребность в ориентации относительно определенных объектов в окружающей его среде.
- Совмещает механистические и интеракционистские элементы математической и социально-психологической моделей.

ТРАНСАКЦИОННАЯ МОДЕЛЬ

- Суть: безупречная коммуникация - когда объемы отправленной и полученной информации равны и когда смысл отправленного сообщения эквивалентен смыслу полученного сообщения.
- Сочетает элементы всех четырех моделей, собирая воедино их достоинства.
- Ключевой вопрос: произошло ли изменение адресата (возбуждение эмоции; мотивация к действию) после декодирования сообщения?
- Предполагает учет не только количества, но и содержания (значения) информации.

КОММУНИКАЦИЯ В ТРАНСАКЦИОННОЙ МОДЕЛИ

- Коммуникация - система, с ее компонентами (источник, сообщение, канал) и видами поведения (кодирование, декодирование, целеполагание). Изменение любого компонента влечет за собой изменение всей системы (изменение цели источника - изменения в выборе канала и эффектах).
- Коммуникация - целенаправленный процесс. Она инициируется источником для достижения определенной реакции эффекта у получателя (реклама - увеличение продаж, газеты – информирование).

КОММУНИКАЦИЯ В ТРАНСАКЦИОННОЙ МОДЕЛИ

- Коммуникация носит **транзакционный характер**. Исходный отправитель сообщения может влиять на получателя, но последний также часто способен **воздействовать на источник** (телевизионные рейтинги влияют на поведение продюсеров телекомпаний).
- Коммуникация носит **субъективный характер**: восприятие определяется культурой источника и получателя.

МОДЕЛИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОБЩЕЕ

Интегрированные коммуникации – это концепция управления коммуникацией той или иной структуры, основанная на принципах:

- **Интеграция** в различных средах и с помощью разных коммуникативных технологий (PR, реклама, маркетинг, организация мероприятий и др.);
- **Учет всех источников информации** об организации;

МОДЕЛИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОБЩЕЕ

- **Равноправный** подход к управлению коммуникацией со всеми группами, важными для организации (потребителями, акционерами, властью, персоналом и др.) – как **внутри** самой организации, так и **вне** нее;
- **возможность** использования согласованных, но **различных** сообщений для разных аудиторий;

МОДЕЛИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОБЩЕЕ

- **Стратегический менеджмент**, при котором **управление коммуникацией** осуществляется на основе **полученных данных** (об аудитории, потребителе, конкурентах, различных факторах рынка и т. д.);
- **Правомерность** применения концепции интегрированных коммуникаций.

1. КЛАССИФИКАЦИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ (6 ОСНОВНЫХ ВИДОВ)

1.1. По положению отправителя и получателя сообщения в пространстве и во времени - контактная и дистантная коммуникации.

При контактной их *положения во времени и пространстве совпадают.*

При дистантной они *разделены в пространстве и/или во времени.*

КЛАССИФИКАЦИЯ СТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ (6 ОСНОВНЫХ ВИДОВ)

1.2. По наличию / отсутствию
опосредующего аппарата -
непосредственная (передача
информации без посредников) и
опосредованная (передача
информации с помощью
технических средств, переводчиков).

КЛАССИФИКАЦИЯ СТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ (6 ОСНОВНЫХ ВИДОВ)

1.3. По направленности (одному/двум/многим) сообщения (информации): монологическая, диалогическая и полилогическая.

Диалогическая - сумма коммуникативных действий адресанта и адресата, меняющихся ролями.

Полилогическая – и сумма коммуникативных действий адресанта и адресата, и множественность участников коммуникации, меняющихся ролями.

КЛАССИФИКАЦИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ (6 ОСНОВНЫХ ВИДОВ)

1.4. С точки зрения количества участников: интраперсональная (автокоммуникация) межличностная (один – один), групповая (один – несколько) и массовая (один – много) .

1.5. С точки зрения формы выражения сообщения (звук или письменный знак) при речевой коммуникации - устная и письменная коммуникации.

КЛАССИФИКАЦИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ (6 ОСНОВНЫХ ТИПОВ)

1.6. По *масштабу* осуществления и распространения коммуникаций - локальные, региональные, национальные, глобальные коммуникации.