



Коммуникация:

МОДЕЛИ, ВИДЫ

Модели коммуникации

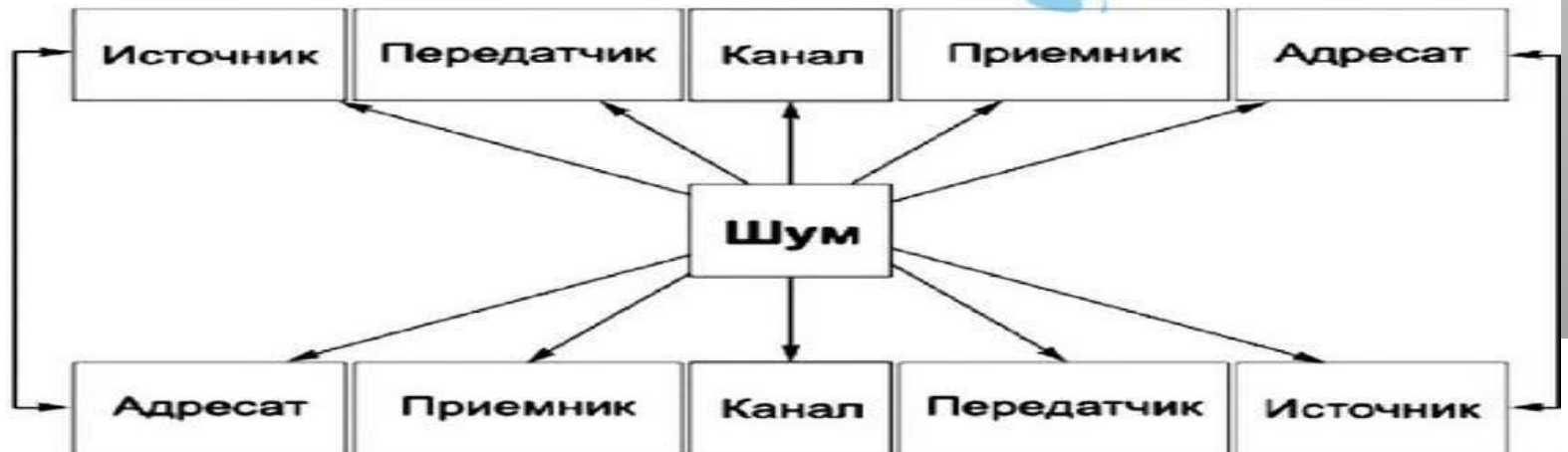
- Математическая;
- Кибернетическая;
- Социально-психологическая;
- Обобщенная;
- Трансакционная;
- Интегрированная социальная;
- Интегрированная маркетинговая;
- Трансверсальная;
- Коммуникация на 360 градусов.

Математическая модель К. Шеннона – У. Уивера (1949) и М. де Флера

Модели политических коммуникаций К. Шеннона, У. Уивера и М. Дефлера



<http://схема.рф>
а — модель К. Шеннона и У. Уивера

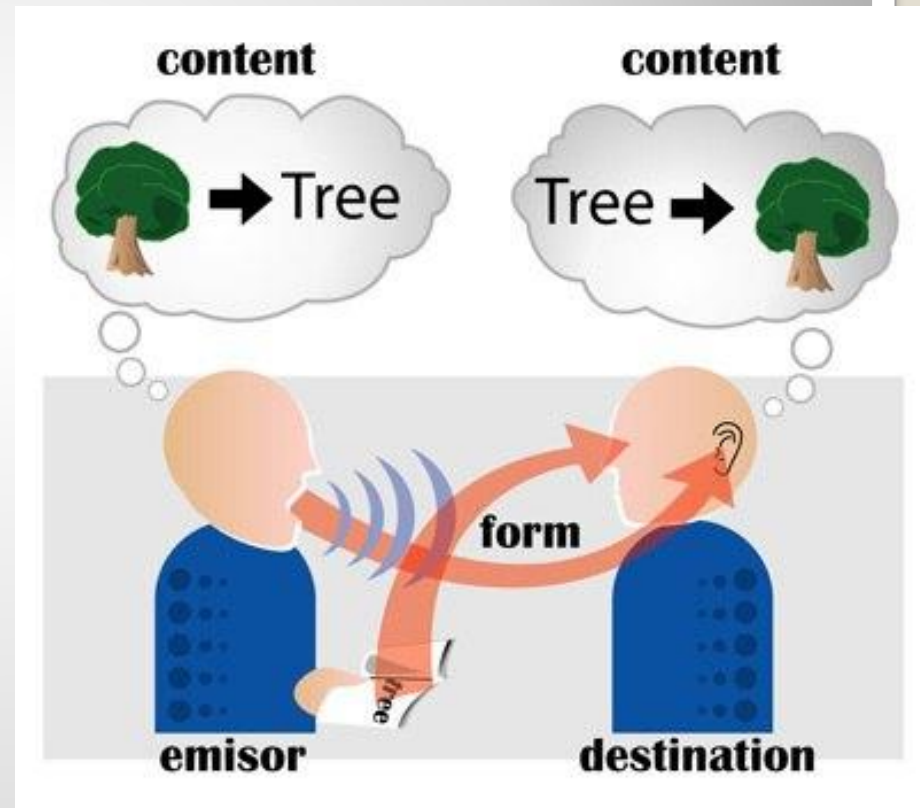


б — модель М. Дефлера

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 транзакционной 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 транзакционной 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 получателем.

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, управление при котором 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 с точки 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 с точки зрения особенностей ситуации (6 основных видов)

1.3. По направленности сообщения (одному/двум/многим) (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.