

Модели коммуникации

1. Линейные модели
2. Нелинейные модели
3. Модель «привратника»
4. Семиотические модели
5. Стохастическая модель
6. Модель «электронного общества»

«Модель»

От лат. – «*modulus*» -

«мера, аналог, образец»,

**упрощенное воспроизведение
реально существующего объекта
и (или) свойственных для него
процессов и явлений.**

«Модель»

И.Т. Фролов:

«материальное или мысленное имитирование реально существующей (натуральной) системы путем специального конструирования аналогов (моделей), в которых воспроизводятся принципы организации и функционирования этой системы»

«Модель»

В.А. Штофф:

«такая мысленно представляемая или материально реализованная система, которая, отображая или воспроизводя объект исследования, способна замещать его так, что ее изучение дает нам новую информацию об этом объекте»

«Модель»

Э.А. Абгарян:

- **«объект любой природы, который способен замещать познающий объект так, что его исследование дает новую информацию об этом объекте»**

Линейные модели

Аристотель:

- Оратор – Речь – Слушатель

(коммуникатор-сообщение-адресат)

Линейные модели

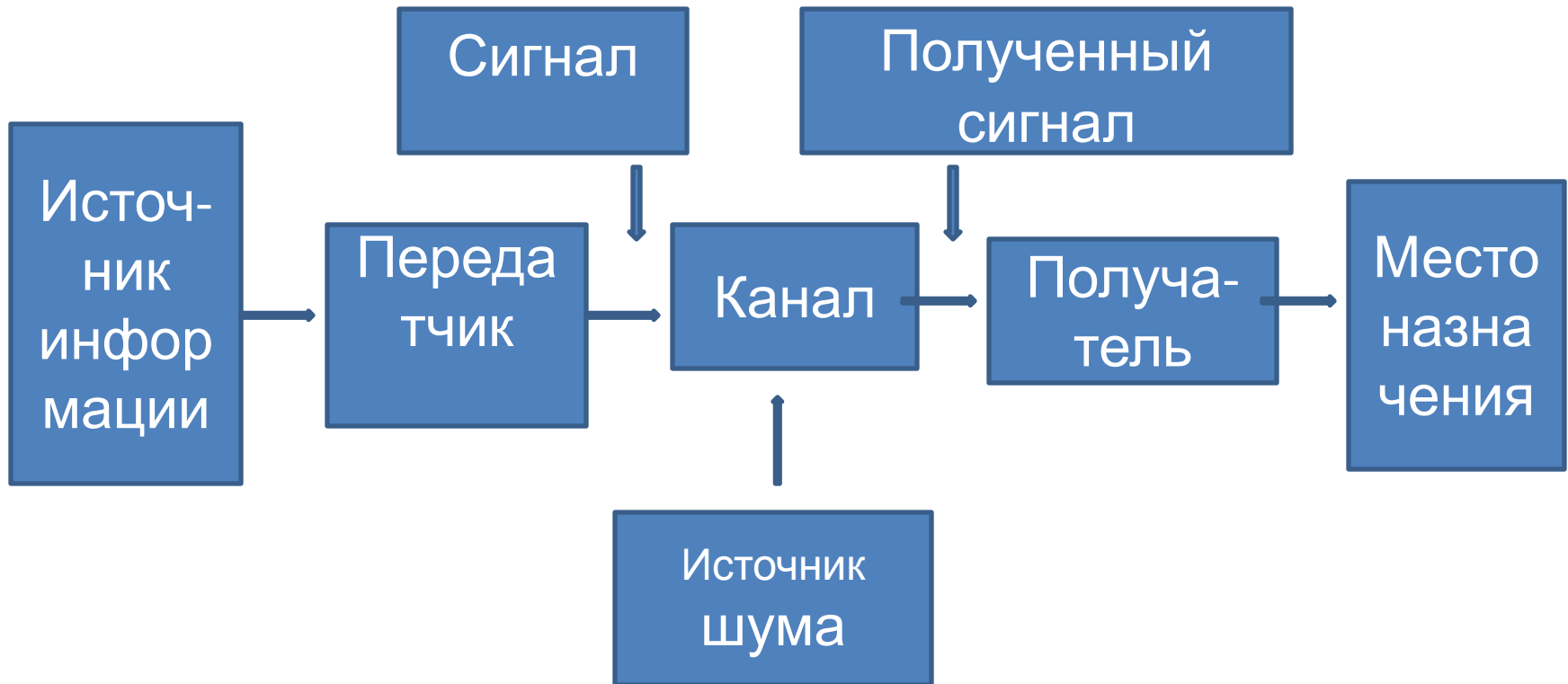
Г. Лассуэлл: формула «5-ти

вопросов»

| 1. Кто? | 2. Что сообщает? | 3. По какому каналу? | 4. Кому? | 5. С каким эффектом? |
|-------------------|-------------------|--------------------------|------------------|----------------------|
| Коммуникатор | Сообщение | Канал | Получатель | Эффект |
| Анализ управления | Анализ содержания | Анализ средств и каналов | Анализ аудитории | Анализ результатов |

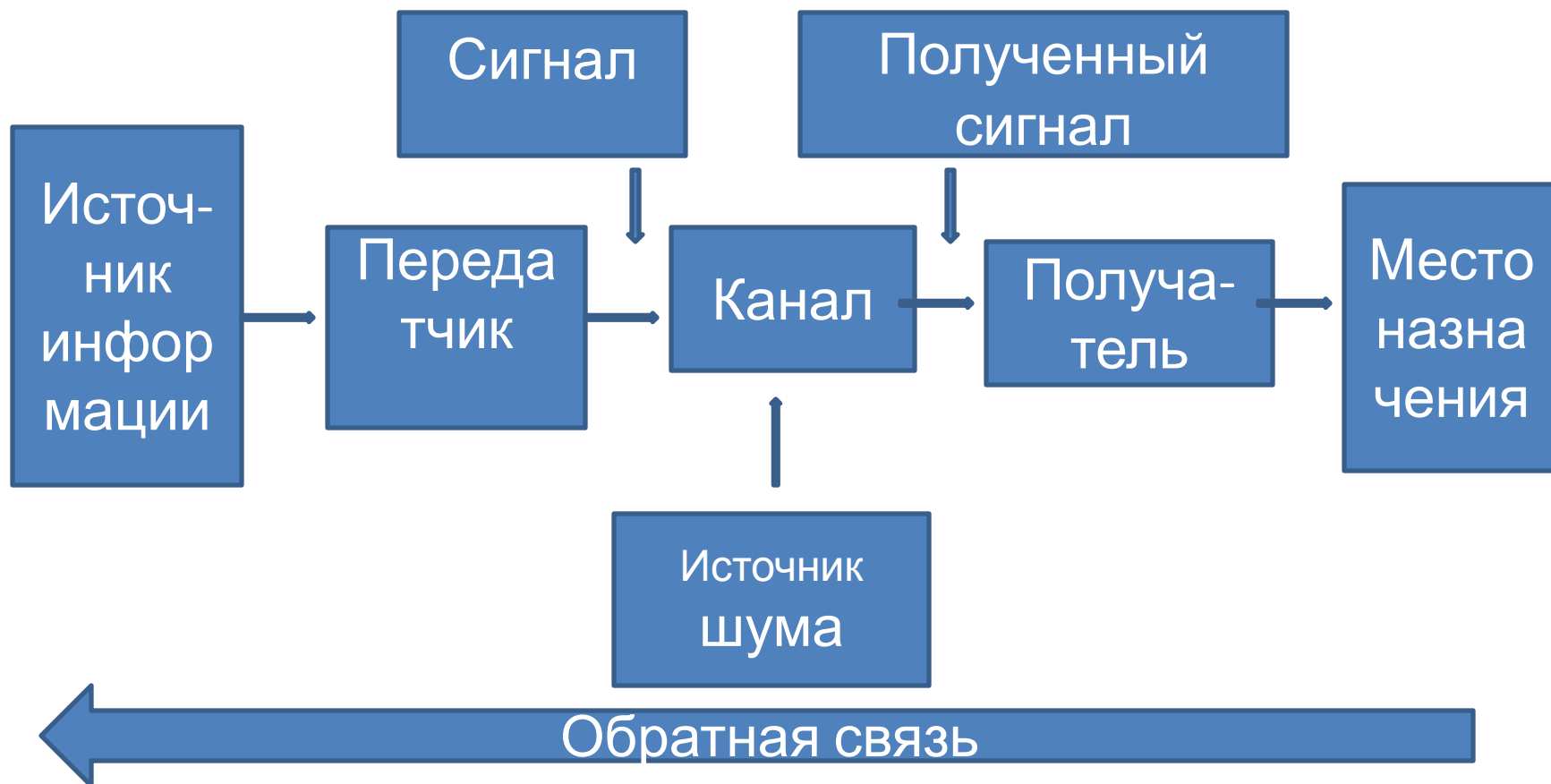
Линейные модели

К.Шеннон – У.Вивер



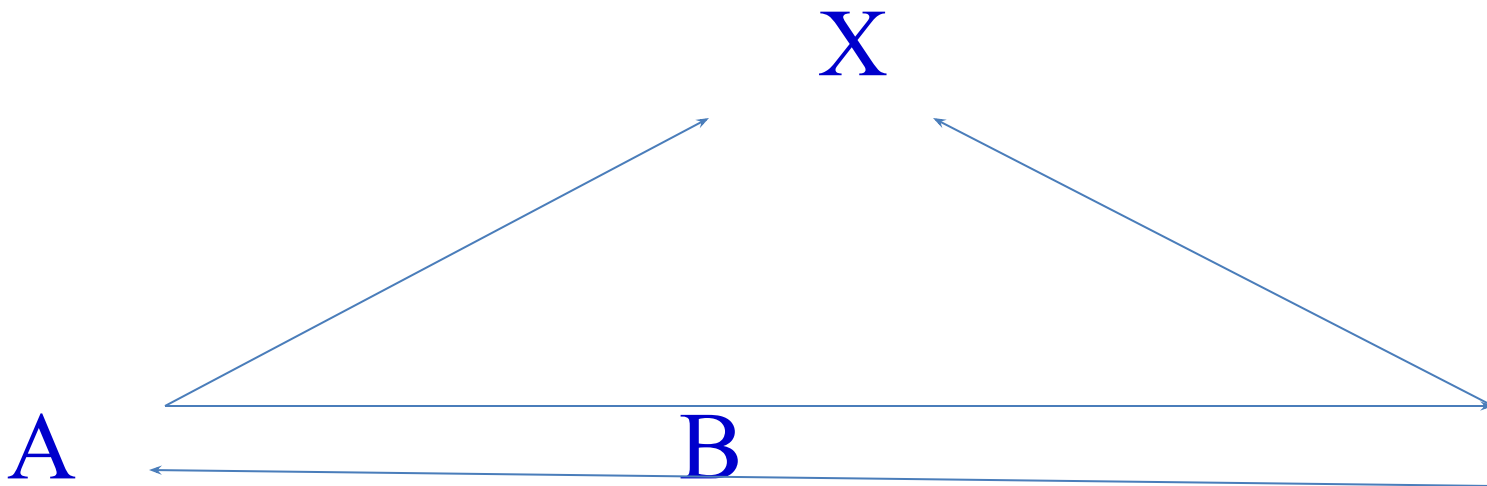
Нелинейные модели

Н. Винер – С. Бир



Нелинейные модели

Т.Ньюкомб



Нелинейные модели

Оле Хольсти (модель контент-анализа)

| 1. Кто? | 2. Почему? | 3. Как? | 4. Что? Как? | 5. С каким эффектом | 6. Кому? |
|-----------|---------------------|---------|--------------|-----------------------|------------|
| Источники | Процесс кодирования | Канал | Сообщение | Процесс декодирования | Получатель |

Модель «привратника»

К.Левин:

«привратник» = домохозяйка,
контролер

Д.Уайт:

10% новостных сообщений

Семиотические модели

Р.Якобсон

Контекст
Сообщение

Адресант _____ **Адресат**

Контакт
Код

Семиотические модели

Ю.Лотман: 2 системы коммуникации

«Я – ОН», «Я – Я»

Контекст Сдвиг контекста

Сообщение **1** Сообщение **2**

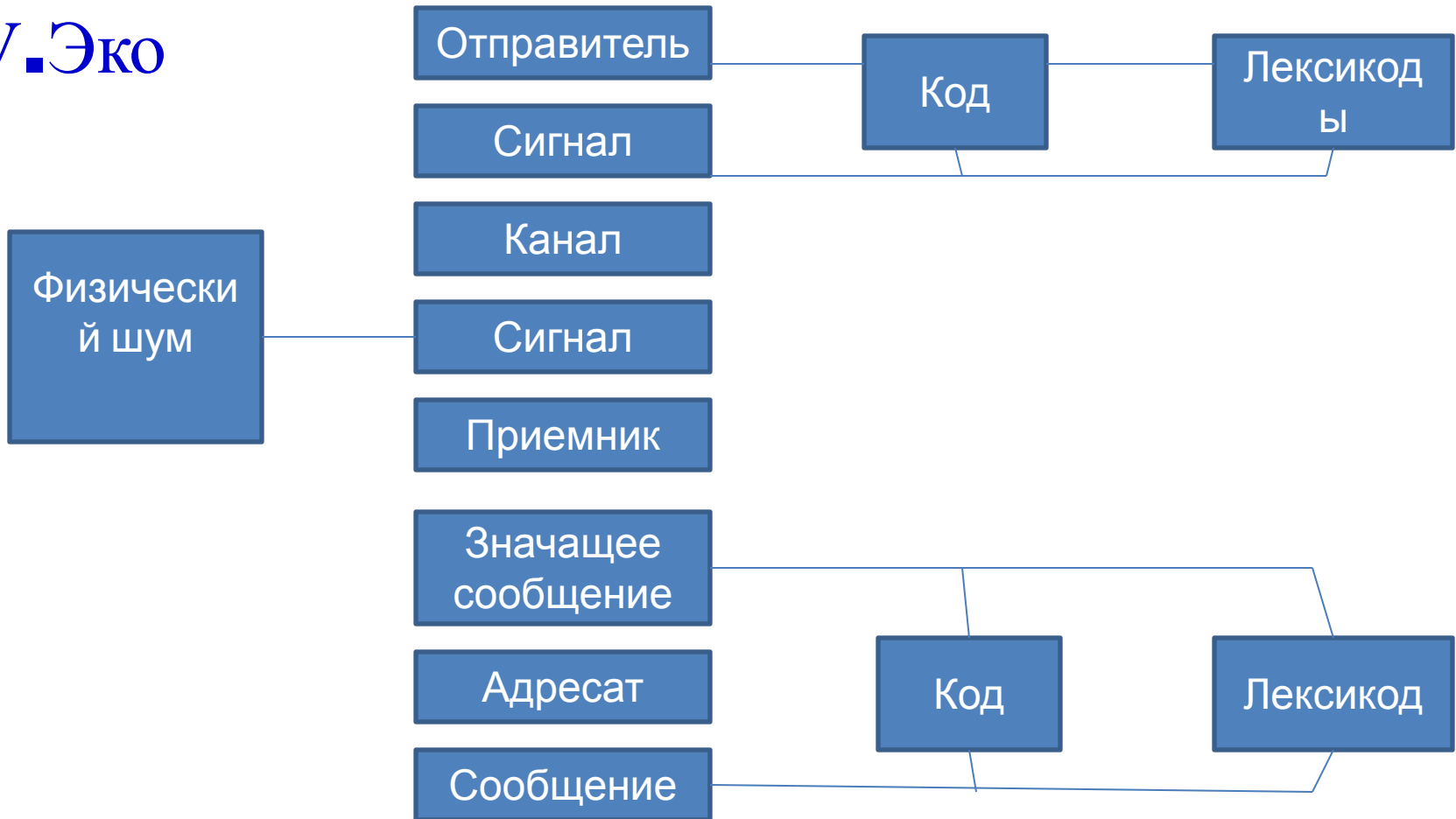
Я Я

Код **1**

Код **2**

Семиотические модели

У.Эко



Стохастическая модель

Н.Луман:

коммуникация – аутопойэтическая система

3 «селекции»:

1. Информации,
2. Сообщение информации,
3. Понимание / непонимание сообщения /информации

Эмерджентность коммуникации

Модель «электронного общества»

М.Маклюэн:

**«средство (информации) есть
сообщение»;**

«глобальная деревня».

«Электронное общество» (1962 г.)

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- При разработке модели коммуникации в ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ» учитываем следующие требования:
- достаточная степень согласованности создаваемой модели со средой,
- простота модели – ее неизбежное свойство: в модели невозможно зафиксировать все многообразие реальных ситуаций.

Автор: Щербакова М.Ю.

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- Адекватность модели означает возможность с ее помощью достичь поставленной цели моделирования в соответствии со сформулированными критериями.

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

Учитываем следующие свойства модели:

- Конечность – модель отображает оригинал лишь в конечном числе его отношений и, кроме того, ресурсы моделирования конечны;
- Упрощенность – модель отображает только существенные стороны объекта;
- Приблизительность – действительность отображается моделью грубо или приблизительно;

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- Адекватность – насколько успешна модель описывает моделируемую систему;
- Информативность – модель должна содержать достаточно информацию о системе;
- Потенциальность – предсказуемость модели и ее свойств;

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- Сложность – удобство ее использования;
- Полнота – учтены все необходимые свойства;
- Адаптивность.

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

Для разработки модели следует учесть особенности организации:

- количество коммуникационных каналов;
- организационную структуру организации;
- качество выполнения совместных работ, требующих усилий разных подразделений компании одновременно;

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- количество промежуточных звеньев при передаче информации;
- своевременность распространения информации;
- адекватность применения информационных каналов сферы деятельности организации;

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- наличие баланса между вертикальными и горизонтальными коммуникациями внутри компании, между документированной (формальной) информацией и вербальными средствами;
- состояние социально-психологического климата в коллективе;
- количество распространяемых неформальных коммуникаций (слухов).

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

Варианты совершенствования
коммуникаций в организации:

- регулирование информационных потоков (изучение информационных потоков);
- разработка систем сбора предложений с целью обеспечения более легкого поступления и прохождения информации от низовых уровней наверх и с целью снижения фильтраций;

Разработка модели коммуникации ЗАО «УРАЛ-МИКМА-ТЕРМ»

- совершенствование управленческих действий (проведение собраний, совещаний);
- совершенствование систем обратной связи;
- использование современных информационных технологий (e-mail, интернет);
- выпуск информационных бюллетеней

Модель коммуникации

