The image features a blue-toned world map with a grid of latitude and longitude lines. A circular inset on the left shows a closer view of the globe. In the bottom right corner, three silhouettes of men in suits stand with their backs to the viewer, looking towards the map. The overall aesthetic is professional and global.

Массовые коммуникации



● **Попова Ирина Михайловна**

кафедра МиК 335/н1

IPopova@mesi.ru

The image features a blue-toned background with a faint world map and a grid of latitude and longitude lines. In the lower-left foreground, a hand is shown holding three black silhouettes of men in business suits. The silhouettes are standing on the tip of the hand, which is extended from the bottom left towards the center. The overall composition suggests a global or international theme, likely related to business or communication.

Тема 1. Основы теории коммуникации

Коммуникации

- (от лат. communicatio - сообщение, передача):
 - в общем виде: передача информации от одной стороны к другой при помощи специальных материальных носителей, сигналов и символов
 - механистический подход: процесс кодирования, передачи и декодирования информации от источника к получателю
 - деятельностный подход : совместная деятельность участников процесса

Пирамида коммуникации (В. Коломиец)

Социэтальный уровень (массовая коммуникация)

Институциональный / организационный
(политическая система или бизнес-организации)

Межгрупповой или ассоциативный
(локальные сообщества)


Внутригрупповой (семья)

Межличностный (диады, пары)

Внутриличностный (информационный процесс)

Виды коммуникативных пространств (А. Романов)

- Пространство внутренней коммуникации.
- Пространство межличностной коммуникации.
- Пространство микрогрупповой коммуникации
- Пространство публичной коммуникации.
- Пространство организационной коммуникации.
- Пространство массовой коммуникации.

The image features a hand holding a glowing globe of the Earth. The globe is centered on the Atlantic Ocean, showing the Americas on the left and Europe and Africa on the right. The background is a dark blue world map with a white grid of latitude and longitude lines. The hand is positioned at the bottom left, with the index finger pointing towards the globe. A light blue horizontal bar is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Модели коммуникации

1.2. Модели коммуникации





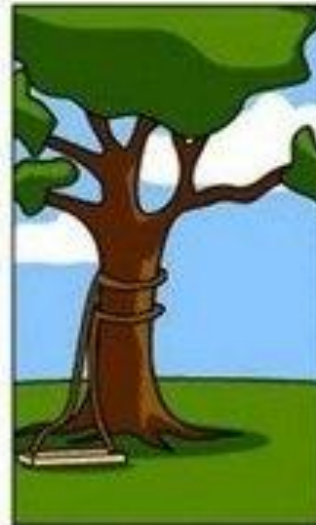
Как объяснил заказчик



Как понял руководитель проекта



Как спроектировал дизайнер

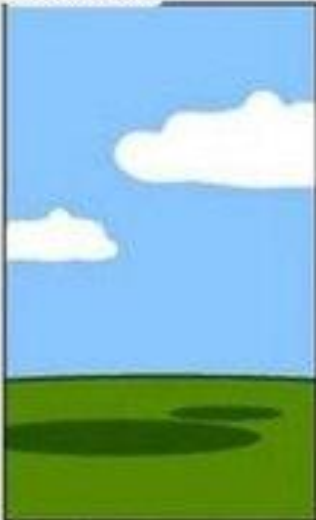


Как сделал программист



Как описал бизнес-консультант

vk.com/iFeed



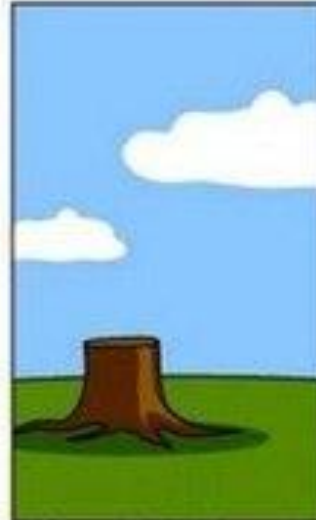
Как был задокументирован проект



Что было сделано



За что заплатил клиент



Какая была поддержка



Что реально нужно было заказчику

«формула Лассуэлла»

- «кто?» - инициатор коммуникации;
- «что говорится?» - контент-анализ (анализ сообщения, направленный на выделение смысловых единиц содержания и формы информации для целей исследования);
- «по какому каналу?» - медиа-анализ;
- «кому» - анализ аудитории,
- «с каким эффектом?» - изучение влияния коммуникационного воздействия на адресатов.

Расширенная формула

- «Кто?»»,
- «С каким намерением?»»,
- «В какой ситуации?»»,
- «С какими ресурсами?»»,
- «Используя какую стратегию?»»,
- «Оказывает влияние на какую аудиторию?»»,
- «С каким результатом?»»

Модель Шеннона-Уиввера



Модель Шеннона-Уиввера

- Процесс коммуникации состоит из источника информации (создаёт сообщение), отправитель или передатчик (кодирует сообщение в сигналы), канала коммуникации (передаёт сигналы), получателя (принимает и декодирует сигнал), цели (адресат).
- В процессе передачи сигнал может быть искажен шумом или помехами, связанными с особенностями кодирования, декодирования и передачи информации.
- Результатом такого искажения становится несовпадение переданной информации (в частности, смыслового значения, вкладываемого в сообщение) и информации, полученной адресатом.

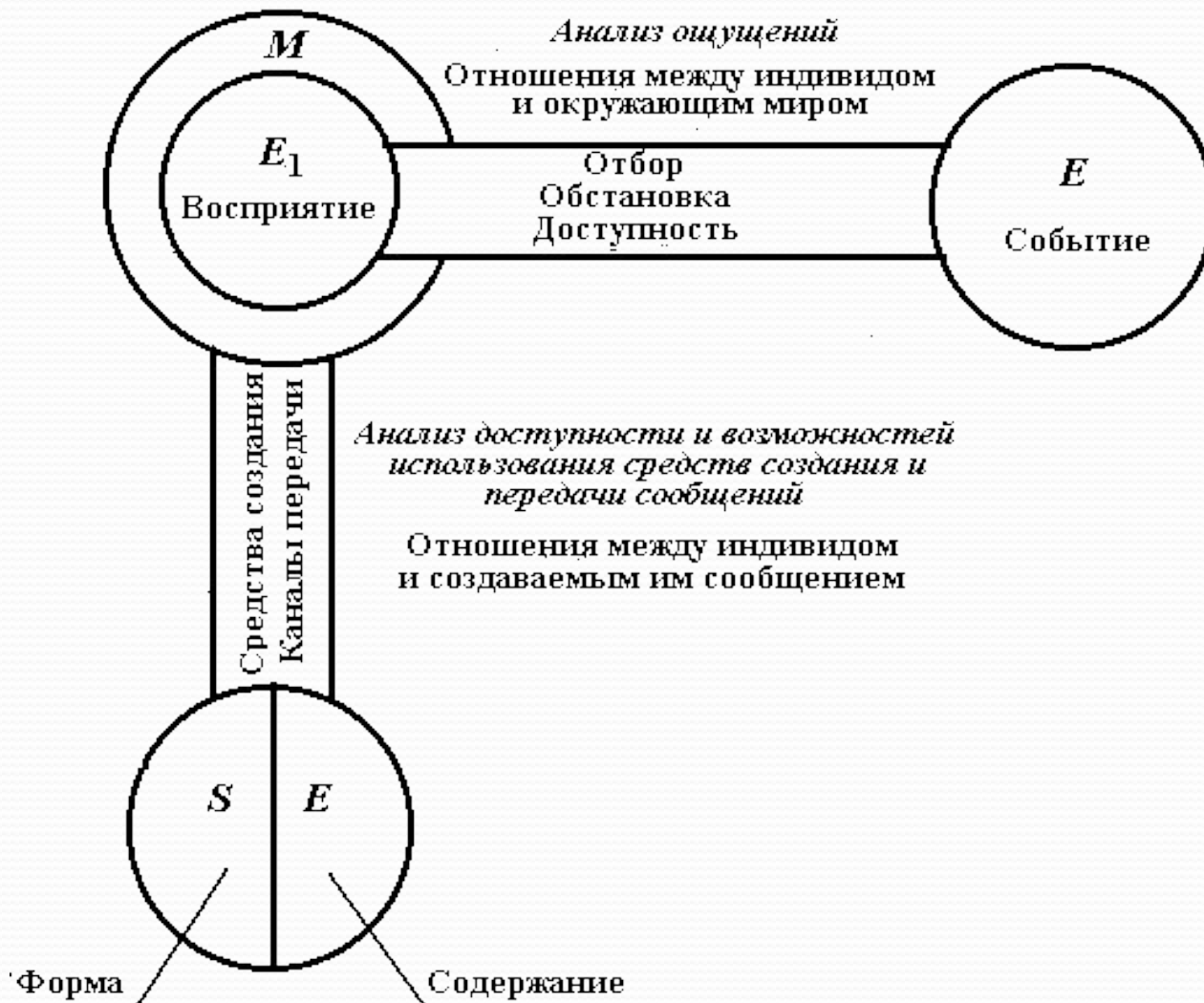
Модель М. ДеФлёра



Модель Мелвина ДеФлёра

1. Источник коммуникации определяет значение, которое должно быть передано, и формулирует сообщение, направляемое в передатчик.
2. Сообщение в передатчике преобразуется в сигнал и по каналам коммуникации передаётся в приёмник.
3. В приёмнике происходит расшифровка сигнала, преобразование его обратно в сообщение и приём (получение значения) адресатом.
4. Результатом такого взаимодействия должна стать обратная связь, позволяющая уточнить полученное значение и решить проблему возможного несоответствия.

Модель коммуникации Дж. Гербнера



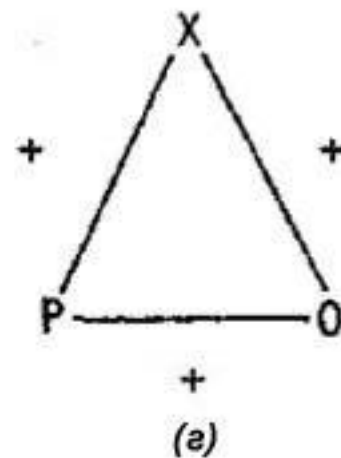
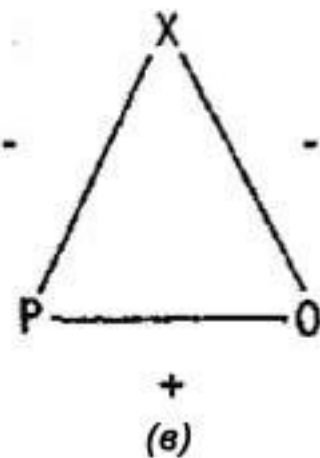
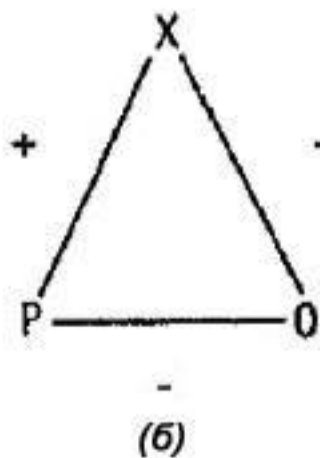
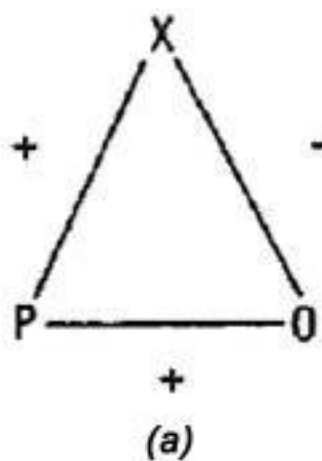
Модель коммуникации Дж. Гербнера

- Основным элементом модели и началом коммуникационного процесса является событие E , воспринимаемое и интерпретируемое индивидом M как некое изменение своего состояния, т.е. некое ощущение E_1 .
- Правильность ощущения E_1 зависит и от события E , и от особенностей самого индивида M . С одной стороны, на правильность восприятия и трактовки события E будут оказывать влияние такие факторы как предположения, мнения, жизненный опыт индивида M . А с другой – причины, по которым привлекло внимание именно данное событие, окружающая обстановка, степень доступности события относительно других событий.

- На следующем этапе происходит передача информации о событии E в виде сообщения SE , сформулированного индивидом M в соответствии со своим ощущением E_1 . Сообщение SE состоит из формы S и содержания E . При этом, форма не может быть произвольной и определяется содержанием и доступностью для индивида M различных средств создания сообщений и каналов их распространения.

- Третий этап процесса связан с получением и восприятием сообщения адресатом M_2 .
- Полученное сообщение SE станет для индивида M_2 событием, воспринимаемым им в виде ощущения SE_1 .
- Таким образом, модель рассматривает процесс коммуникации как практически бесконечную последовательность «восприятие события – создание сообщения – восприятие сообщения».

Динамика когнитивного баланса Ф. Хайдера



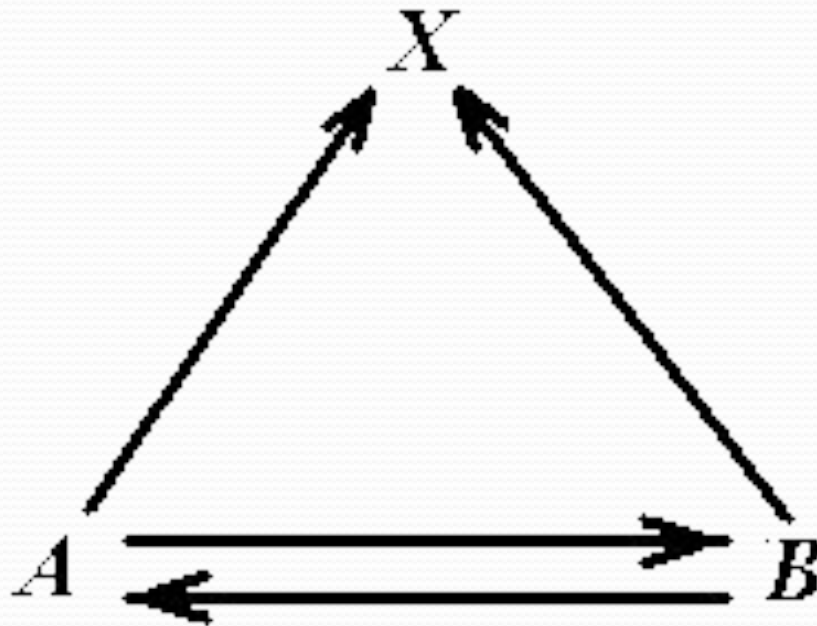
Динамика когнитивного баланса Ф. Хайдера

- Люди интуитивно стремятся упорядочить и сбалансировать своё взаимодействие с окружающими миром и другими людьми.
- Для достижения такого баланса человек находится в постоянном поиске достаточной причины, объясняющей поведение окружающих или своих собственных действий.
- Основными элементами теории являются т.н. триады, в которых одна личность (p) относится к двум объектам (вопросам или событиям) o и x , из которых второй может также быть личностью.

- В процессе коммуникации стороны стремятся к поддержанию структуры взаимодействия объектов в триаде и обеспечению сохранения или восстановления симметрии элементами системы за счёт передачи информации о каких-либо изменениях этих элементов и их ответной реакции.
- Возможны 8 вариантов соотношений между элементами, четыре из которых ведут к балансу, а четыре – к асимметрии. Так

- Если Р относится положительно к событию Х и объекту О, который, в свою очередь, относится к событию Х отрицательно (ситуация а), то система будет асимметричной и для восстановления баланса индивиду Р нужно будет изменить своё отношение к О (ситуация б) или к Х (ситуация в) на отрицательное, или воздействовать на индивида О с тем, чтобы он изменил своё отношение к Х на положительное (ситуация г).

Модель коммуникации Т. Ньюкомба



- Основное положение теории: коммуникации позволяют индивидам поддерживать одинаковые, «симметричные» ориентации по отношению друг к другу и к объектам окружающего мира.
- Так, если два лица (A и B) положительно воспринимают друг друга, то они будут стремиться поддержать одинаковое отношение к третьему лицу или объекту (X). В то же время, сходство отношений к объекту X будет порождать и усиливать привязанность между A и B , а расхождение – взаимную неприязнь.

Теории социального сравнения Л. Фестингера



- человек в наибольшей степени ориентирован на ситуации, в которых мнение окружающих будет совпадать с его собственным, противоположных же ситуаций он стремится избегать
- в качестве объекта сравнения, индивид будет выбирать людей, чьи мнения и способности будут в наибольшей степени сходны с его собственными.

Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера

- (англ. cognitive — «познавательный» и dissonance — «отсутствие гармонии»)
- Возникновение какого-либо несоответствия (диссонанса), порождает психологический дискомфорт и будет мотивировать индивида к попытке уменьшить степень противоречий.
- В то же время, индивид будет стремиться избегать ситуаций и информации, которые могут вести к возрастанию такого диссонанса.
- Ответной реакцией индивида на возникающие несоответствия, как правило, является изменение своего поведения, однако, в случае если установка на собственную точку зрения будет достаточно сильной, возникает подсознательное стремление человека изменить само знание, т.е. убедить себя в его незначительности.

