

Раздел 1. Социальная и профессиональная коммуникация: понятие, структура, типология

Лекция 1. Понятие социальной коммуникации

План лекции

1. Понятие социальной коммуникации
2. Профессиональные коммуникации в структуре социальных коммуникаций
3. Особенности профессиональных коммуникаций
4. Модели социальной коммуникации Г. Лассуэла, Шеннона-Уивера и др.
5. Характеристика элементов коммуникации: источник информации, сообщение, канал коммуникации, получатель, обратная связь.

Чарльз Кули

- «Коммуникация– это **механизм**, посредством которого обеспечивается **существование** и развитие человеческих **отношений**, включающий в себя все **мыслительные символы**, **средства их передачи** в пространстве и сохранения во времени. Он включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, а также самые последние достижения по завоеванию пространства и времени».

Конечкая В.П.

- «Коммуникация - **социально** обусловленный процесс **передачи** и восприятия **информации** в условиях межличностного и массового **общения** по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств».

Кремлева С.О.

- «Коммуникация – это **деятельность**, имеющая **цель**, необязательно осознаваемую, предполагающая одного или более участников и заключающаяся в посылке и получении разного рода **сообщений**, которые используют различные **каналы**, могут искажаться под воздействием **шума**, существуют в некотором **контексте**, оказывают определенный **эффект** на адресата и оставляют возможности для **обратной связи**».

Т. Шибутани

- «Коммуникация – это прежде всего **способ деятельности**, который облегчает взаимное приспособление деятельности людей... Это такой **обмен**, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной координацию действий большой сложности».

Подходы к понятию «коммуникация»

- Универсальный, при котором коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира;
- Технический, соответствующее представлению о коммуникации как о пути сообщения, связи одного места с другим, в средствах передачи информации;
- Биологический, широко используемое в биологии. При исследовании сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.;
- Социальный, используемое для обозначения и характеристики многообразных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе.

2. Профессиональные коммуникации в структуре социальных коммуникаций

Профессиональные коммуникации - коммуникации, которые осуществляются специалистами в ходе профессиональной деятельности.

Их основной целью является достижение намеченных результатов, решение поставленных задач, а также оптимизация определенной деятельности.

Причины повышения роли профессиональной коммуникации

- развитие средств информации и коммуникации;
- резко повысившаяся потребность в профессиональном общении;
- необходимость в обмене научной и практической информацией;
- осознание необходимости взаимопонимания и научного сотрудничества;
- постоянно расширяющаяся система профессиональных контактов.

3. Особенности профессиональных коммуникаций

- реализация коммуникации в условиях конкретной деятельности
- наличие определенного официального статуса объектов
- направленность на установление взаимовыгодных контактов и поддержку отношений между представителями организаций и профессиональных сообществ
- регламентированность, т. е. подчиненность определенным правилам и ограничениям
- предсказуемость, предварительное планирование, определение цели, содержания, возможных последствий
- творческий характер взаимоотношений, направленность их на решение конкретных деловых проблем, достижения цели
- взаимосогласованность решений и последующая организация сотрудничества партнеров
- взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование.

Профессиональная коммуникация

Формальная

- обмен профессиональной информацией через систему профессиональных документов (письменная коммуникация).

Неформальная

- обмен профессиональной информацией в ходе профессионального общения (устная коммуникация).

Свойства коммуникации	Формальная коммуникация	Неформальная коммуникация
Достоверность информации	+	-
Оперативность информации	-	+
Сохранение информации в неизменном виде	+	-
Возможность передачи во времени и пространстве	+	-
Возможность доступа в любое время	+	-
Защита авторских прав	+	-
Возможность обратной связи	-	+
Возможность изменения сообщения в процессе его восприятия	-	+



Формы коммуникации	Неформальная коммуникация (профессиональное общение)	Формальная коммуникация (профессиональные документы)
Традиционные формы	<ul style="list-style-type: none"> Деловые встречи Деловые совещания Мозговые штурмы Дискуссии Деловые переговоры Презентации Защиты выпускных квалификационных работ и диссертаций Выставки профессиональной продукции Конференции Семинары Стажировки Прочие профессиональные мероприятия Деловая переписка 	<p><i>Опубликованные документы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Статьи в профессиональной периодике (газетах, журналах) Монографии Учебные пособия Научно-популярные монографии Стандарты профессиональной деятельности <p><i>Неопубликованные документы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Диссертации Отчеты о научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках Депонированные рукописи <p><i>Непубликуемые документы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Официальные документы организаций: Организационно-распорядительная документация Конструкторская документация Технологическая документация Проектная документация и т.д.
Электронные формы	<ul style="list-style-type: none"> Электронная почта Программы-мессенджеры (Skype, Viber, WhatsApp, Telegram и др.) Средства конференц-связи Социальные сети Облачные сервисы для организации коллективной работы и информационного обмена (площадки для профессионального общения на базе корпоративных информационных систем управления, сервисы Google, Evernote, Nimbus и др.) Профессиональные интернет-форумы и порталы Виртуальные выставки и конференции 	<ul style="list-style-type: none"> Электронные публикации (в электронных журналах, на профессиональных сайтах, порталах и т. д.) Электронные библиотеки Электронные документы в системах электронного документооборота организаций

4. Модели социальной коммуникации

1. Модель Г. Лассуэла
2. Модель Шеннона—Уивера
3. Модель М. де Флера
4. Циркулярная модель коммуникации
5. Двухканальная модель речевой коммуникации
6. Модель двуступенчатой коммуникации
7. Модель «ИСКП» (SMCR)

Гарольд Дуайт Лассуэл (1902-1978)

американский политолог, один из основоположников современной политологии, представитель бихевиоралистского подхода в политической науке и один из основателей Чикагской школы социологии, теоретик междисциплинарного подхода к исследованию поведения личности в различных сферах деятельности.



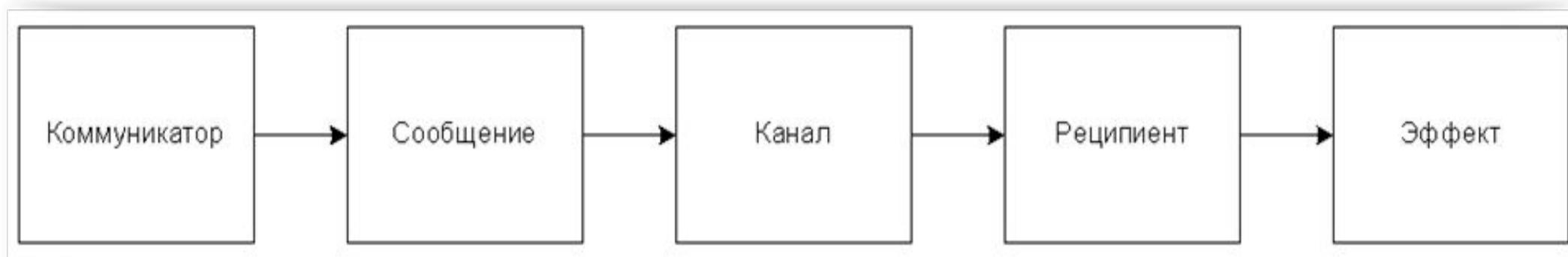
Модель коммуникации Г. Лассуэла (1948 г.)

Линейная модель коммуникации

- Кто?
- Что сообщает?
- По какому каналу?
- Кому?
- С каким результатом?

Кто	Что говорит	По какому каналу	Кому	С каким эффектом
Коммуникатор	Сообщение	Канал	Реципиент	Эффект

- **Коммуникатор** (Кто?) – это человек, который передают информацию. Производится анализ коммуникатора, выявляются его характеристики, факторы, способствующие улучшению взаимодействия с аудиторией. Анализируются причины возникновения самого акта коммуникации.
- **Сообщение** (Что?) – это то, что передается от коммуникатора. В данном случае будет проводиться анализ содержания сообщения, информации (контент, объем, сложность, композиция), а также выявлена частота употребления и количество упоминаний сообщения в СМИ.
- **Канал** (По какому каналу?) – это способ передачи сообщения. Анализ средств и каналов, с помощью которых передаётся сообщение. Выявление наиболее приемлемых средств коммуникации и их специфик.
- **Получатель** (Кому?) – это тот, кто получает сообщение. Аудитория, на которую было направлено сообщение, подвергается анализу, в ходе которого выявляются отличительные черты и характеристики данной аудитории.
- **Эффект** (С каким эффектом?) – это реакция на полученное сообщение. Анализ результатов коммуникационного воздействия, оценка эффективности коммуникации на основании: принятия или отвержения информации, возникшего интереса к содержанию сообщения или безразличия.



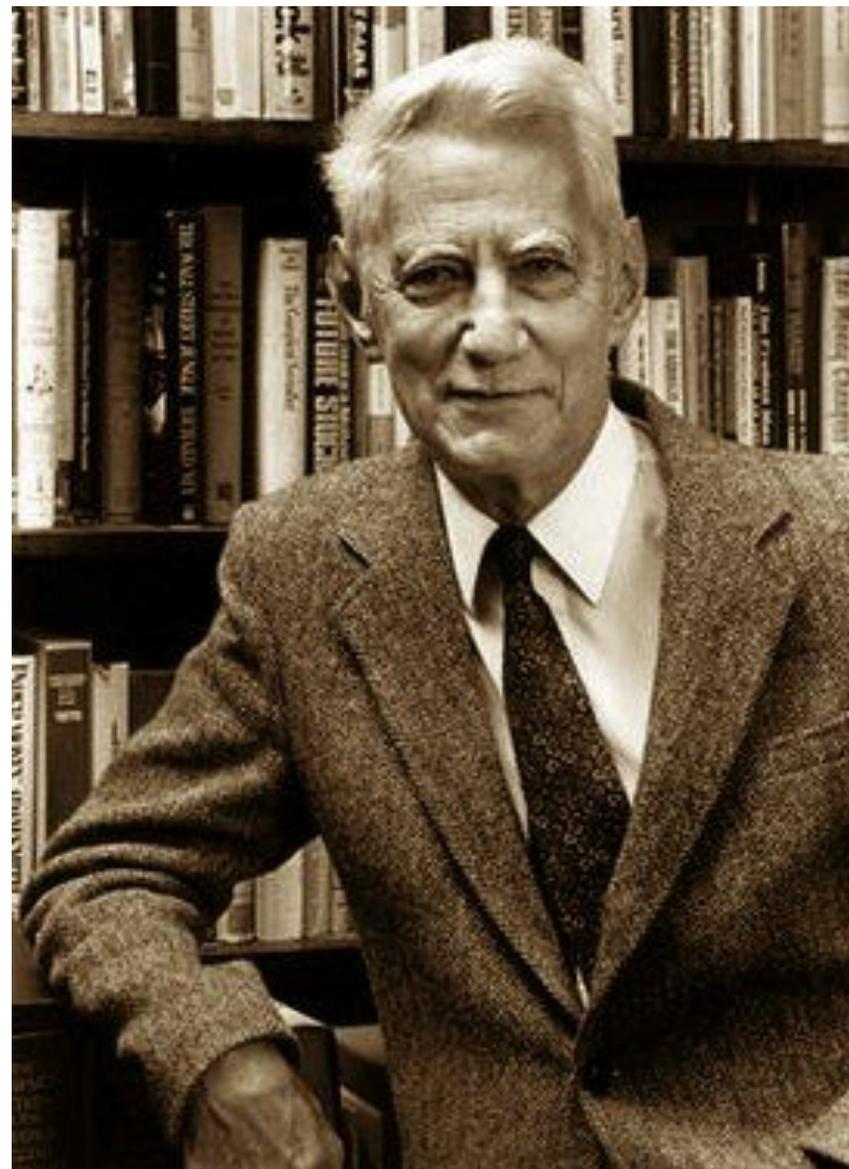
- *анализ управления* процессами коммуникации
- *анализ содержания* передаваемых сообщений
- *анализ средств и каналов*, с использованием которых передаются сообщения
- *анализ получателей*
- *анализ результатов («эффекта»)* коммуникативного воздействия

Модель коммуникации Г. Лассуэла (1968 г.)

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

Клод Элвуд Шеннон (1916-2001)

американский инженер,
криптоаналитик и
математик. Считается
«отцом информационного
века».



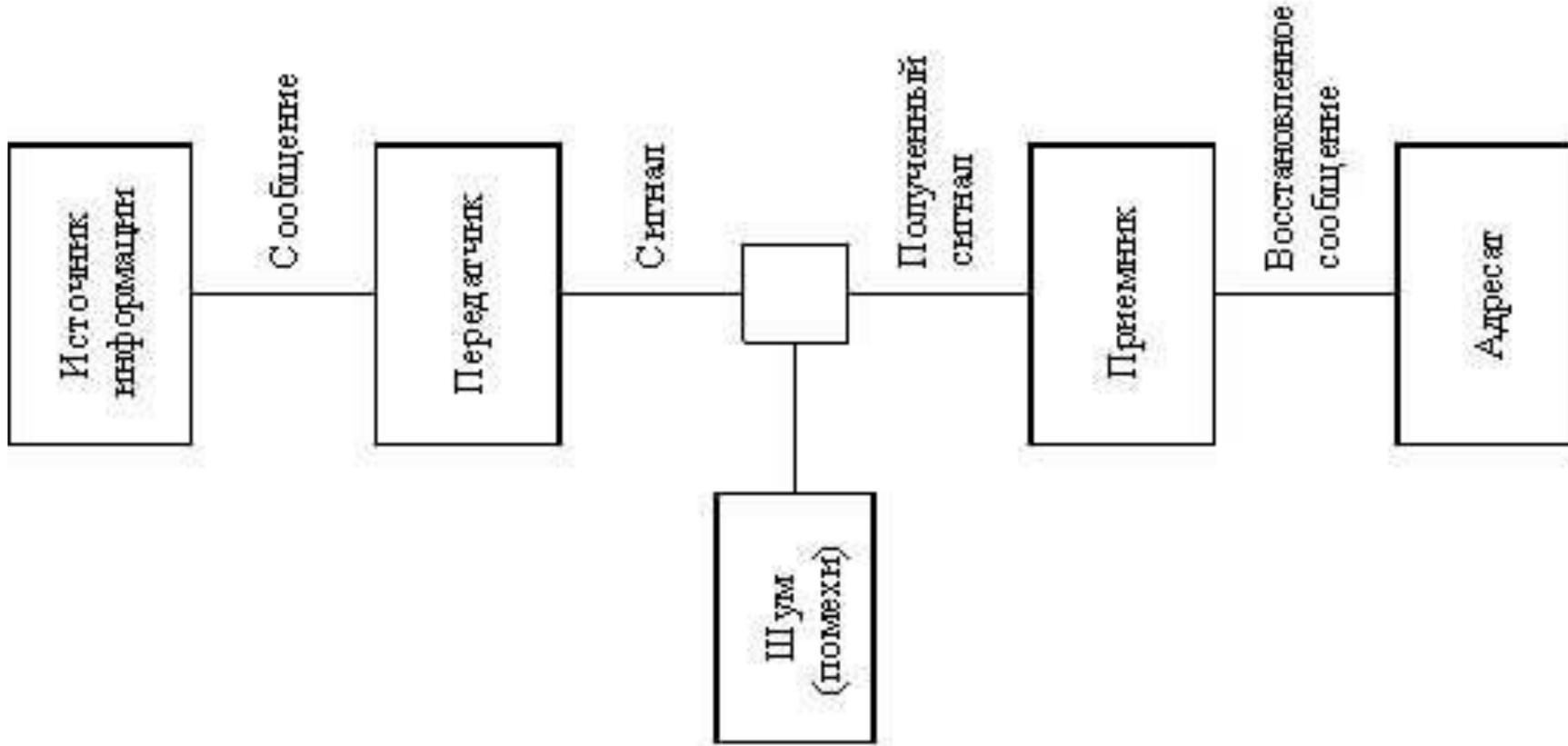
Уивер Уоррен (1894 -)

Американский математик, член Американской академии искусств и наук.

Основные направления исследований — теория вероятностей, электродинамика. Ряд работ по математическим методам в естественных науках и по общим проблемам естествознания. Одновременно с К. Э. Шенноном работал над созданием теории информации.



Модель Шеннона-Уивера (1949 г.)



5. Характеристика элементов коммуникации

Источник (отправитель) сообщения:

- индивиды
- группы людей
- общественные институты

Источник - инициатор коммуникативного процесса.

Отправитель (источник) пытается заранее определить, какого рода впечатление должно сложиться у получателя от переданного сообщения.

Важные характеристики источника

- Статус
- Надёжность
- Квалификация

Сообщение

— это уже осмысленная и соответствующим образом (с помощью языка или других знаковых систем) закодированная информация. Сообщение может быть передано при личной беседе, в ходе выступления перед аудиторией, с помощью прессы, радио, телевидения, электронной почты и пр.

Обычно сообщения — это высказывания или тексты. Но в невербальной коммуникации сообщением может быть изображение (дорожный знак, рисунок, схема или фотография), физический предмет (например, подарок как знак признательности).

Герберт Маршалл Маклюэн (1911-1980)

канадский культуролог,
философ, филолог и
литературный критик. Получил
широкую известность как
исследователь воздействия
электрических и электронных
средств коммуникации на
человека и общество.



- «средство и есть сообщение», т.е. не столько важно само содержание сообщения, сколько то, где и каким образом осуществляется передача сообщения и, главное, какие средства для этого используются.
- Технические средства связи, структурируя характер передачи информации, влияют не только на ее форму, но и на содержание, подчиняя его тем или иным типам кодификации реальности.
- Так, печатные средства создают линейный принцип кодификации и восприятия мира, а электронные медиа обуславливают мозаичный принцип восприятия мира.

Канал коммуникации

средство, с помощью которого сообщение передается от источника к получателю.

а) средства массовой коммуникации — пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные агентства и т.д.;

б) межличностную коммуникацию - непосредственный личностный обмен сообщениями между источником и получателем.

Канал коммуникации = Средство коммуникации

Канал коммуникации ≠ Средство коммуникации

средства коммуникации – как способы кодирования сообщения (например, слова, картинки, буквы, звуковые сигналы, жесты и пр.), так и собственно технические средства кодирования пишущая машинка, печатный станок, телефонный и телеграфный аппараты, радиоприемные и радиопередающие устройства, персонал, по которой сообщения движутся от коммуниканта к реципиенту.

Каналы

Естественные

- каналы, возникающие в сфере полисенсорного взаимодействия человека с другими людьми и с внешним миром при участии разных органов чувств (зрения, слуха, хеморецепции, кожно-тактильной рецепции и пр.), а именно: аудиальные, визуальные каналы

Искусственные

- искусственные (технические) – линии телефонной, телеграфной, радиосвязи, транспортные артерии и пр.

Получатель

тот (или те), кому адресовано сообщение. Именно для него, собственно, и осуществляется коммуникация. Получателем может

быть одно лицо, группа лиц, общество в целом или какая-нибудь его часть. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации.

Характеристики получателя – один из важнейших факторов, влияющих на результативность коммуникации.

Характеристики получателя

- способность получателя воспринимать и декодировать посланное ему сообщение, т.е. распознавать и интерпретировать его смысл.
- компетентность получателя
- жизненный опыт
- групповая принадлежность
- ценностные ориентации
- общая культура
- социокультурные рамки, в которых осуществляется коммуникативный процесс.

Аудитория

Массовая

а) все потребители информации, распространяемой по каналам СМИ, — читатели газет, журналов, книг, радиослушатели, телезрители, покупатели аудио- и видеопродукции и т.д.

б) случайные объединения людей, не имеющих общих профессиональных, возрастных, политических, экономических, культурных и иных признаков и интересов.

Специализированная

достаточно определенное и устойчивое целое, с более или менее очерченными границами, включающее множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, взаимными симпатиями, а также общими социальными, профессиональными, культурными, демографическими и иными признаками.

Обратная связь

процесс получения системой информации о последствиях решений и действий системы таким образом, чтобы в случае необходимости изменить ее поведение и приблизить к искомой цели.

ответная реакция получателя на сообщение источника.

При обратной связи коммуникация становится двусторонним процессом, позволяя обеим сторонам корректировать свои цели и свое поведение по отношению друг к другу.

Выводы:

- Определение понятию «коммуникация», «социальная коммуникация»
- Профессиональные коммуникации в структуре социальных коммуникаций
- Особенности профессиональных коммуникаций
- Модели социальной коммуникации Г. Лассуэла, Шеннона-Уивера и др.
- Характеристика элементов коммуникации: источник информации, сообщение, канал коммуникации, получатель, обратная связь.

Вопросы для подготовки:

1. Дайте определение понятию «коммуникация».
2. Определите место «профессиональной коммуникации» в структуре социальной коммуникации.
3. Перечислите особенности профессиональной коммуникации
4. Охарактеризуйте основные модели коммуникации
Отметьте достоинства и недостатки рассматриваемых моделей коммуникации.
5. Дайте характеристики основных элементов коммуникационного процесса.
6. Какие требования предъявляются к источнику сообщения (коммуникатору)?
7. Каково значение обратной связи в коммуникационном процессе?

Литература:

- Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. П. Чудинов, Е. А. Нахимова .— М. : ФЛИНТА, 2013 .— 154 с. : ил. — ISBN 978-5-9765-1573-4 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/244736>
- Гузикова, М.О. Основы теории межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] : [учеб. пособие] / П.Ю. Фофанова, Урал. федер. ун-т, М.О. Гузикова .— 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2017 .— 123 с. — ISBN 978-5-9765-3084-3 .— Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/622171>
- Деловое общение по-русски: учебное пособие. / Г.М. Ярмаркина, Н.А. Акименко. - Элиста: Калмыцкий государственный университет, 2014. - ЭБС "Руконт«
- **Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : хрестоматия / [А. Б. Меньжурова, Т. Р. Ленхобоева](#) — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2020.— 176 с .— Режим доступа: <https://esstu.bibliotech.ru/?searchType=User&BasicSearchString=ОСНОВЫ+ТЕОРИИ+КОММУНИКАЦИИ&ViewMode=false&PackId=0&page=1>**