Коммуникативное пространство

**План.**

1. Коммуникативное пространство и его уровни. 2

2. Коммуникационный процесс. 6

Список литературы. 14

1. Коммуникативное пространство и его уровни.

Взаимодействие соционических типов протекает в определенной протяженной среде, которую я буду в дальнейшем называть коммуникативным пространством. Это пространство неоднородно: его плотность в разных местах неодинакова, поэтому информационный обмен одних и тех же типов в разных его местах будет иметь различную интенсивность.

Предположим, что коммуникативное пространство четырехмерно, как и пространство материальное. Под измерением пространства я буду понимать уровень устойчивого информационного обмена, который отделен от других таких же уровней потенциальным барьером ? энергией преодоления, т. е. усилием, необходимым для перехода с уровня на уровень.

Для того чтобы определить, на каком уровне пространства протекает коммуникация, необходимо определить два параметра ? коммуникативную дистанцию (параметр протяженности пространства) и плотность коммуникации (параметр проницаемости пространства).

Для построения модели я воспользуюсь привычным для соционики двоичным принципом ? разделением пополам. Поэтому коммуникативная дистанция будет принимать два значения ? близкая и далекая. С точки зрения проницаемости пространства, для полноценного инфообмена я буду различать коммуникацию, с одной стороны, глубокую и, с другой стороны, поверхностную.

Остановлюсь подробнее на этих полюсах. Близкая дистанция означает, что общение протекает при тесном соприкосновении в пространстве. Она наиболее характерна для групп с численностью от двух до восьми человек. При взаимодействии на далекой дистанции социотипы разделены существенным расстоянием, определяемым социальными и культурными показателями развития. Такая дистанция между людьми обычно возникает в коммуникативных группах более восьми человек.

Глубокая коммуникация означает плотный информационный обмен, когда в общение вовлекаются практически все имеющиеся в распоряжении социотипа информационные ресурсы. Возникает тесное переплетение Lсиловых линий" информационных полей, что свидетельствует о высокой доверительности контакта.

Поверхностная коммуникация происходит при неполном вовлечении в обмен наличных информационных ресурсов. Плотность информационного потока оказывается гораздо меньше по сравнению с первым случаем. Степень доверительности также невелика.

Поскольку сложность коммуникации в одинаковой мере зависит от обоих параметров, то информационный обмен между системами можно рассматривать как произведение коммуникативной дистанции на плотность коммуникации:

**инфообмен = дистанция ¦ плотность.**

Инфообмен принимает дискретные значения, являясь показателем нахождения объекта на одном из уровней коммуникативного про-cранства. Всего таких положений получается четыре:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Близкая дистанция | | | |
| Поверхностная коммуникация | [физио](file:///C:\www\doc2html\work\bestreferat-97824-13928201711040\input\levels.htm#l1) | [психо](file:///C:\www\doc2html\work\bestreferat-97824-13928201711040\input\levels.htm#l2) | Глубокая коммуникация |
| [социо](file:///C:\www\doc2html\work\bestreferat-97824-13928201711040\input\levels.htm#l3) | [инфо](file:///C:\www\doc2html\work\bestreferat-97824-13928201711040\input\levels.htm#l4) |
| Далекая дистанция | | | |

Очень существенно, что описанные уровни не растянуты в линию, а образуют круг, т. е. соединены отношениями смежности и противоположности. Противоположными являются физический уровень и интеллектуальный. Это значит, что они находятся друг к другу в отношении обратной пропорциональности: чем больше человек живет физической жизнью, тем меньше он развивается интеллектуально и наоборот.

Так же исключают друг друга социальный и психологический уровни. Невозможно одновременно заботиться об отдельном человеке (индивидуальный подход) и о целой группе людей (массовый подход). Макросоциум поощряет человека приносить личное на алтарь общественного, а микросоциум, например его семья, хотел бы противоположного: чтобы близкий человек больше времени проводил дома. Причем пропорция 50 % на 50 % означает коммуникативный кризис: состояние колеблющихся Lвесов" очень болезненно, ведь оно значительно затрудняет выбор.

Хотя коммуникативные уровни и цикличны, но более удобным и технологичным является изображение их вертикальной иерархии на плоскости. Их соподчинение в коммуникативном пространстве имеет следующий вид:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | инфо |
|  |  | социо |  |
|  | психо |  |  |
| физио |  |  |  |

Интересно отметить, что попытки упорядочить коммуникативное пространство предпринимались уже издревле. По философской системе китайской LКниги Перемен", мир разделяется на три потенциальных слоя: небо ? человек ? земля. Соционическая система координат четырехмерна, поэтому усложняет мир еще на одну ступеньку:

небо ? социум ? человек ? земля   
инфо социо психо физио

**Первый уровень** взаимодействия в коммуникативном пространстве: дистанция близкая, но коммуникация поверхностная. Носит название **физический**, так как характерен для плотного, материально опосредованного соприкосновения физических субстратов (носителей) информационных систем. На этом уровне удовлетворяются природные потребности человека ? в еде, жилье, продолжении рода, производстве и потреблении материальных продуктов.

**Второй уровень** взаимодействия в коммуникативном пространстве: дистанция близкая, а коммуникация глубокая. Называется **психологическим**, поскольку на первое место выходит обмен сокровенной, личностной, идущей из души информацией (от древне-греч. psyhe ? душа). Этот психологический уровень предполагает самые доверительные отношения, поскольку на этом уровне человек удовлетворяет свои интимно-эмоциональные потребности ? в любви, дружбе, семье, сопереживании и т. п.

**Третий уровень** взаимодействия в коммуникативном пространстве: дистанция далекая, коммуникация поверхностная. Называется **социальным**, так как регулируется общественными нормами, традициями и ритуалами, законодательством, государственными институтами и т. д. Этот уровень коммуникации подчиняет интересы индивида интересам социума, поэтому носит наиболее формальный характер. Объект социальной коммуникации выступает не как уникальная личность, а как представитель того или иного социального сословия или профессиональной группы. На этом уровне человек удовлетворяет свои потребности в карьере, обучении, труде и уважении.

**Четвертый уровень** взаимодействия в коммуникативном пространстве: дистанция далекая, но коммуникация глубокая. Носит название **интеллектуального**, или **информационного**, уровня. Осуществлять глубокую коммуникацию без соприкосновения с другой стороной можно, лишь перенеся весь информационный обмен внутрь себя, в свой мозг. Интенсивно работает при этом память и воображение человека. Только на этом уровне можно обращаться к глубинам своего подсознания и добывать сведения, накопленные поколениями людей, жившими до тебя.

На информационном уровне человек удовлетворяет свои потребности в актуализации, раскрытии своих талантов и способностей, творчестве, познании и самосовершенствовании.

2. Коммуникационный процесс.

Обмен информацией широко охватывает разные части организации и прямо пропорционально соотносится с ее эффективностью. Но обмен информацией не всегда так эффективен как следовало бы.. на деле люди общаются между собой менее эффективно, чем им это кажется.

Для примера возьмем факт проиллюстрированный Ренсисом Лайкерто при изучении работы мастеров и их подчиненных на одном из предприятий коммунального обслуживания.

В то время как 85 % мастеров считали, что их подчиненные чувствуют себя свободно при обсуждении важных деловых вопросов, только у 51 % подчиненных в действительности присутствовало это чувство свободы. В другом исследовании начальник отдела зарегистрировал инструкции или передаваемые подчиненным решения по 165 специальным поводам. Судя по записям подчиненных, они были осведомлены только о 84 таких сообщениях. Один из исследователей проанализировал работу калифорнийской компании в области здравоохранения и выявил существенные различия между руководителями высшего, среднего и низового уровня в том, как они оценивают эффективность коммуникаций в их организации.

Кроме того, во многих случаях передаваемое сообщение оказывается неправильно понятым и, следовательно, обмен информацией – неэффективным.

Джон Майнер, выдающийся исследователь в области управления, указывает, что, как правило, лишь 50 % обмена информацией приводит к обоюдному согласию общающихся. Чаще всего причина низкой эффективности состоит в забвении того факта, что коммуникация *– это обмен*.

В ходе обмена обе стороны играют огромную активную роль. К, примеру, если вы как управляющий описываете одному из подчиненных, как нужно изменить работу, это только начало обмена. Чтобы обмен информацией стал эффективным, ваш подчиненный должен сообщить вам, как он понимает ваши задачу и ожидания в отношении результатов его деятельности. Обмен информацией происходит только в том случае, когда одна сторона предлагает информацию, а другая воспринимает ее. Чтобы было именно так, следует уделять пристальное внимание коммуникационному процессу.

**Коммуникационный процесс.**

Коммуникационный процесс – это обмен информацией между двумя или более людьми.

***Основная цель коммуникационного процесса***– обеспечение понимания информации, являющейся предметом общения, т.е. сообщения. Однако сам факт обмена информацией не гарантирует эффективности общения участвовавших в обмене людей. Чтобы лучше понимать процесс обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей.

**Элементы и этапы процесса коммуникаций.**

**В процессе обмена информацией можно выделить четыре базовых элемента.**

***Отправитель***, лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее.

***Сообщение***, собственно информация, закодированная с помощью символов.

***Канал***, средство передачи информации.

***Получатель***, лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

**При обмене информацией отправитель и получатель проходят несколько *взаимосвязанных этапов*. Их задача – составить сообщение и использовать канал для его передачи таким образом, чтобы обе стороны поняли и разделили исходную идею. Это трудно, ибо каждый этап является одновременно точкой, в которой смысл может быть искажен или полностью утрачен. Указанные взаимосвязанные этапы таковы:**

**Зарождение идеи.**

**Кодирование и выбор канала.**

**Передача.**

**Декодирование.**

Эти этапы проиллюстрированы на рисунке 1 в виде простой модели процесса коммуникаций.

ИДЕЯ

Формулирует или отбирает

ОТПРАВИТЕЛЬ

Кодирует и выбирает канал

Передает по каналу

ПОЛУЧАТЕЛЬ

СООБЩЕНИЕ

Декодирует

ПОНЯТА ЛИ ИДЕЯ

Рисунок 1 (простая модель процесса обмена информацией).

*Хотя весь процесс коммуникаций часто завершается за несколько секунд, что затрудняет выделение его этапов, проанализируем эти этапы, чтобы показать, какие проблемы могут возникнуть в разных точках.*

***Зарождение идеи.***

Обмен информацией начинается с формирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. К сожалению, многие попытки обмена информацией обрываются на этом первом этапе, поскольку отправитель не затрачивает достаточного времени на обдумывание идеи. Кит Девис подчеркивает важность данного этапа : “ Неудачное сообщение не станет лучше на глянцевой бумаге или от увеличения мощности громкоговорителя. Леймотив этапа – не начинайте говорить не начав думать”.

Нужно помнить, что идея еще не трансформирована в слова или не приобрела другой такой формы, в которой она послужит обмену информации. Отправитель решил только, какую именно концепцию он хочет сделать предметом обмена информацией. Чтобы осуществить процесс эффективно, он должен принять в расчет множество факторов. К примеру, руководитель, желающий обменяться информацией об оценке результатов работы, должен четко понимать, что идея состоит в том, чтобы сообщить подчиненным конкретную информацию об их сильных и слабых сторонах и о том, как можно улучшить результаты их работы. Идея не может заключаться в смутных общих похвалах или критике поведения подчиненных.

Этот пример показывает также связь между восприятием и коммуникацией. У руководителя, который считает подчиненных способными к развитию и совершенствованию, а значит, нуждающимися в информации с оценкой результатов их работы, скорее всего найдутся дельные позитивные идеи обмена информацией на указанную тему по существу. Управляющий, который воспринимает подчиненных как детей, ждущих, чтобы их поправляли и направляли, скорее всего заложит в свои идеи критицизм отрицательного свойства, свойственный такому образу мышления.

Еще один пример потенциальных проблем на этапе зарождения идеи дает нам начальник цеха, только что принявший сообщение от высшего руководства о том, что компании нужно на 6 % увеличить производство видеоигр без увеличения сверхурочных выплат. Если начальник цеха не сможет сообразить, каким путем лучше всего обменяться этой информацией с подчиненными и направит им это сообщение в точности таким, каким оно было получено, возможны недоразумения, поскольку рабочие поймут лишь сам факт того, что изменения необходимы. Если же руководитель в самом деле подумает те идеи, которые требуют передачи, он может прийти к следующим заключениям:

Рабочие должны понять, ***какие*** именно нужны изменения – прирост объема производства на 6% без дополнительных сверхурочных.

Рабочие должны понять, ***почему*** нужны эти изменения, иначе они могут сделать вывод, что компания пытается выжимать из них побольше, а платить поменьше, и взбунтоваться.

Рабочие должны понять, ***каким*** образом следует осуществить изменения – качество продукции и уровень брака не должны измениться вследствие прироста объема производства, иначе эффективность может снизиться, а не возрасти, как того требует в своем сообщении высшее руководство.

Руководители, неудовлетворительно обменивающиеся информацией, могут действовать неудачно, поскольку по отношению к ним именно так действует высшее руководство. Дело в том, что руководители высшего звена часто служат ролевой моделью для поведения подчиненных. Если наши руководители склонны к принуждению или не откровенны в обмене информации с нами, мы вполне можем повести себя подобным образом, обмениваясь информацией со своими подчиненными . однако вы находитесь в ином положении, чем ваше начальство. Поэтому вовсе необязательно действовать в том же стиле, даже если этот стиль эффективен. Что в действительности необходимо, так это осознать – какие идеи предназначены к передаче *до того,* как вы отправляете сообщение, и уверенность в адекватности и уместности ваших идей с учетом конкретной ситуации и цели.

***Кодирование и выбор канала.***

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, использовав для этого слова, интонации и жесты (язык тела). Такое кодирование превращает идею в сообщение.

Отправитель также должен выбрать канал, совместимый с типом символов, использованных для кодирования. К некоторым общеизвестным каналам относятся передача речи и письменных материалов, а также электронные средства связи, включая компьютерные сети, электронную почту, видеоленты и видеоконференции.

Если канал не пригоден для физического воплощения символов, передача невозможна. Картина иногда достойна тысячи слов, но не при передаче сообщения по телефону. Подобным образом может быть неосуществимым одновременный разговор со всеми работниками сразу. Можно разослать памятные записки, предваряющие собрания небольших групп, для обеспечения понимания сообщения и приобщения к проблеме.

Если канал не слишком соответствует идее, зародившейся на первом этапе, обмен информацией будет менее эффективным. Например, руководитель хочет предупредить подчиненного о недозволенности допущенных последним серьезных нарушений мер безопасности, и делает это во время легкой беседы за чашкой кофе или послав ему записку по случаю. Однако по этим каналам, вероятно, не удастся передать идею серьезности нарушения столь же эффективно, как официальным письмом или на совещании. Подобным образом, направление подчиненной записки об исключительности ее достижения не передаст идею о том, насколько важен сделанный ею вклад в работу, и не будет в той же мере эффективным, как прямой разговор с последующим официальным письмом с выражением благодарности, а также премией.

Выбор средства сообщения не должен ограничиваться единственным каналом. Часто желательно использовать два или большее число средств коммуникаций в сочетании. Процесс усложняется, поскольку отправителю приходится устанавливать последовательность использования этих средств и определять временные интервалы в последовательности передачи информации. Тем не менее, исследования показывают, что одновременное использование средств обмена устной и письменной информацией обычно эффективнее, чем, скажем, только обмен письменной информацией. Обсуждая результаты этого исследования, профессор Терренс Митчел указывает:” Главный вывод этой работы в том, что устное плюс письменное сообщение скорее всего делают обмен информацией более эффективным в большей части случаев”. Ориентация

на оба канала заставляет тщательнее готовиться и письменно регистрировать параметры ситуации. Однако никоим образом каждый информационный обмен не должен быть письменным. В этом случае потоки бумаг становятся неуправляемыми.

Этап станет более понятным, если представить его себе как операцию упаковки. Многие действительно хорошие продукты не находят сбыта, пока не обретут такой упаковки, которую потребитель сочтет понятной и привлекательной одновременно. Подобным образом многие люди с прекрасными идеями не в состоянии упаковать их с помощью символов и вложить в каналы, значимые и притягательные для получателя. Когда такое происходит, идея, будь она даже распрекрасной, зачастую не находит сбыта.

***Передача.***

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения (закодированной идеи или совокупности идей) получателю. Речь идет о физической передаче сообщения, которые многие люди по ошибке и принимают за сам процесс коммуникаций. В то же время, как мы видели, передача является лишь одним из важнейших этапов, через которые необходимо пройти, чтобы донести идею до другого лица.

***Декодирование.***

После передачи сообщения отправителем получатель декодирует его.

Декодирование - это перевод символов отправителя в мысли получателя. Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, последний будет знать, что именно имел в виду отправитель, когда формулировалась его идея.

Если реакции на идею не требуется, процесс обмена информации на этом должен завершиться.

Таким образом:

Осуществление коммуникаций – это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия.

Коммуникация – это обмен информации между людьми.

Между организацией и ее окружением, между выше и ниже расположенными уровнями, между подразделениями организации необходим обмен информацией. Руководители связываются напрямую с подчиненными.

Основными элементами коммуникационного процесса являются отправитель, сообщение, канал и получатель.

Этапы процесса – разработка идеи, кодирование и выбор канала, передача и расшифровка.

Список литературы.

**“Предпринимательство : Основной курс.”** ***Бусыгин А.В***.Москва 1994 г.

**“Основы менеджмента .”** ***Мескон М.*** Москва 1994г.

**“Экономика и менеджмент.”**Тамбов 1995 г.

**“Менеджмент .”** ***Герчикова В.Н.***Москва 1995 г.

**“Менеджмент с точки зрения здравого смысла.”** ***Д. Трейси.***“Автор” 1993г.

**“Менеджмент .”** ***Герчикова И.Н***. М-1994 издательское общество “Юнити.”