

СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ

Кафедра «Связи с общественностью»



МОДЕЛЬ АРИСТОТЕЛЯ

«Речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; оно-то и есть конечная цель всего (я разумею слушателя)» (Аристотель. Поэтика. Риторика. СПб., 2000. С.99)

ОРАТОР – РЕЧЬ – СЛУШАТЕЛЬ



МОДЕЛЬ Г. ЛАССУЭЛЛА



- **Источник** – субъект, генерирующий сообщение.
- **Кодирование** – это представление идеи, которую стремится донести до получателя источник, в кодах, или символах.
- **Коды** – это символы, или знаки (слова, виз. образы и их движение, запахи, звуки, цвета, жесты), переводящую идею на язык, понятный получателю.
- **Сообщение** – закодированная идея, то, что хотел сообщить источник получателю.



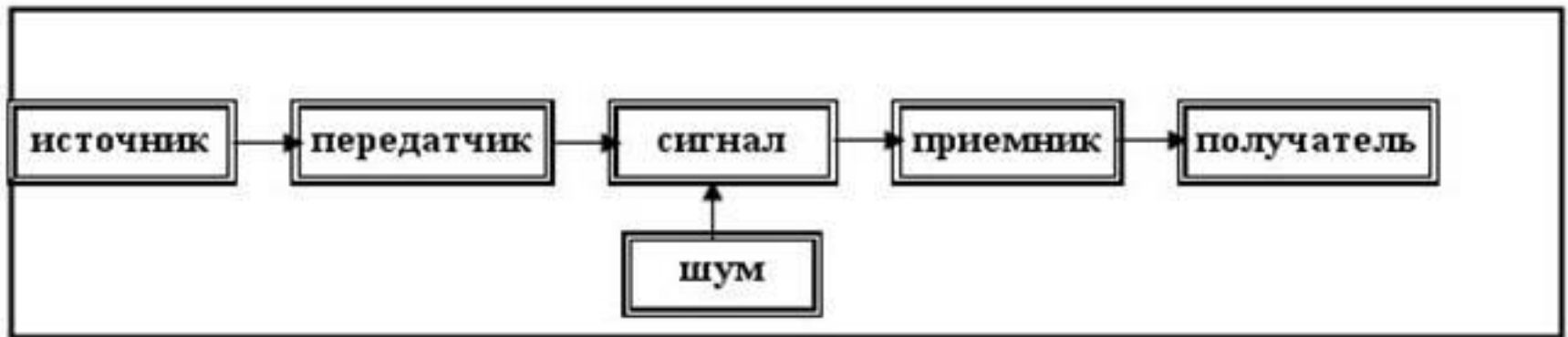
- **Декодирование** - интерпретация сообщения получателем. Декодирование определяется личным восприятием получателя, его способностью распознавать и интерпретировать коды. Поэтому декодирование носит в определенной степени субъективный характер.
- **Получатель** (целевая аудитория коммуникации) – лицо или группа лиц, принимающих сообщение. Принимающий сообщение, вне зависимости от его реакции – неотъемлемый элемент коммуникации, без него коммуникации нет.



- **Эффект коммуникации** – это изменения в поведении получателя, которые происходят в результате приема сообщения. Это могут быть:
 - а) изменения в знаниях;
 - б) изменение установок, т.е. изменения относительно устойчивых представлений аудитории;
 - в) изменение поведения получателя информации.



МОДЕЛЬ ШЕННОНА-ВИВЕРА



Шум – помехи любого вида, которые приводят к искажению информации, в результате чего получатель оказывается обладателем не того сообщения, которое было послано (дефективная информация).



МОДЕЛЬ ШРАММА-ОСГУДА



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ (БАРЬЕРОВ) КОММУНИКАЦИИ

Типология помех Ф. Котлера

- **Избирательное внимание:** причина, по которой получатели не будут уделять внимание всему, что происходит вокруг них.
- **Избирательное искажение:** причина, по которой получатели будут склонны слышать скорее то, что они хотят слышать, нежели то, что они слышат на самом деле.
- **Избирательная реакция:** причина, по которой получатель будет помнить только малую часть полученного ими сообщения.



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Д. БЕРНШТЕЙНА

- *Помехи канала коммуникации* – помехи, имеющие физическую природу.
- *Помехи, имеющие психологическую природу.* Возникают как результат взаимоотношений между отправителем и получателем и приводят к тому, что получатель может «вычитать» в сообщении нечто иное, кроме того, что вкладывал в это сообщение его отправитель.
- *Помехи лингвистического характера.* Являются следствием рассогласования кодировок, используемых отправителем и получателем.



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Ш. ХАРРИСОН

Области опыта. Эффективная коммуникация между отправителем и получателем возможна только в тех областях, которые относятся к сфере общего для них опыта: чем больше общность взаимного опыта, тем выше степень вероятности того, что коммуникация окажется эффективной.



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Ш. ХАРРИСОН

Субъективные оценки. Недоверие к источнику или каналу информации переносится на сообщение, которое воспринимается и оценивается как бесполезное.



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Ш. ХАРРИСОН

- *Рассогласование.* Если передаваемое сообщение плохо согласовывается со структурой того информационного канала, который используется для его передачи, или в том случае, если выбранный отправителем информационный канал вообще не подходит для данного типа сообщения, передаваемое сообщение подвергается искажению.



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Ш. ХАРРИСОН

Статусные различия. На процесс коммуникации могут оказывать влияние также и такие факторы, как классовые различия, различия в состоянии здоровья, разница в положении на иерархической лестнице.



Кафедра «Связи с общественностью»



ТИПОЛОГИЯ ПОМЕХ Ш. ХАРРИСОН

- ***Фактор времени.*** Достаточно часто время накладывает свои ограничения на процесс коммуникации.
- ***Перегрузка.*** Постоянный рост и усовершенствование информационных технологий приводят к тому, что число возможных сообщений может превосходить способности получателя к их восприятию.



ЛИТЕРАТУРА

- *Основы теории коммуникации / Под ред. проф. М.А. Василика*
- *Шарков Ф.И. Теория коммуникации (базовый курс)*
- *Гавра Д.П. Основы теории коммуникации*
- *Бориснев С.В. Социология коммуникации*
- *Катлин С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: Теория и практика*
- *Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс.*

