

# Модели коммуникации



# Тема: Модели коммуникации

1. Линейные модели коммуникации.
2. Нелинейные (циркулярные) модели коммуникации.
3. Объемные модели коммуникации.
4. Семиотические модели коммуникации.

# Значение моделей в коммуникативистике

1. Объяснение коммуникативных процессов.
2. Схематизированное, упрощенное отражение реального коммуникативного процесса.



# Линейные модели коммуникации

## 1. Модель Аристотеля:

«оратор - речь - аудитория»

## 2. Модель Лассуэлла (ответы на вопросы)

кто?, сообщает что?, по какому каналу?, кому?, с  
каким эффектом?

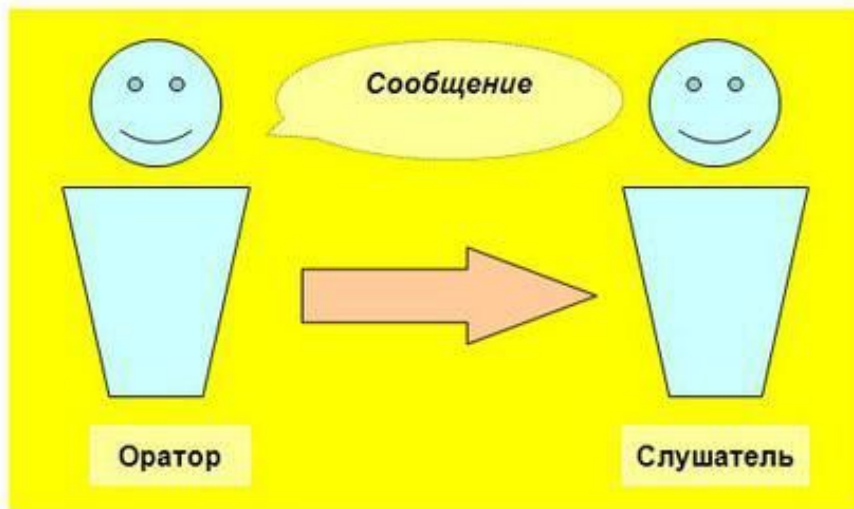
## 3. Модель Шеннона – Уивера (аналогия с телефонной связью):

источник - сообщение – телефонный передатчик –  
телефонный провод – телефонный приемник –  
приемник

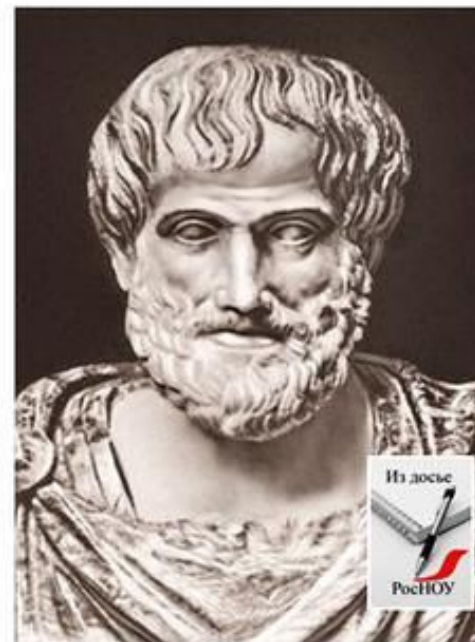
## 4. Модель «ИСКП» (1960 – Д.Берло):

источник – сообщение – канал – получатель

# Структура журналистики



Трехчастная структурная модель публичной коммуникации по Аристотелю



Аристотель  
(384—322 гг. до н.э.)

В 1948 разработана на основе опыта ведения пропаганды во время Второй мировой войны

## Модель Лассуэлла



**В 1968 г. была предложена более подробная версия данной модели**

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

# Модель Ласуэлла

## ● *Достоинства*

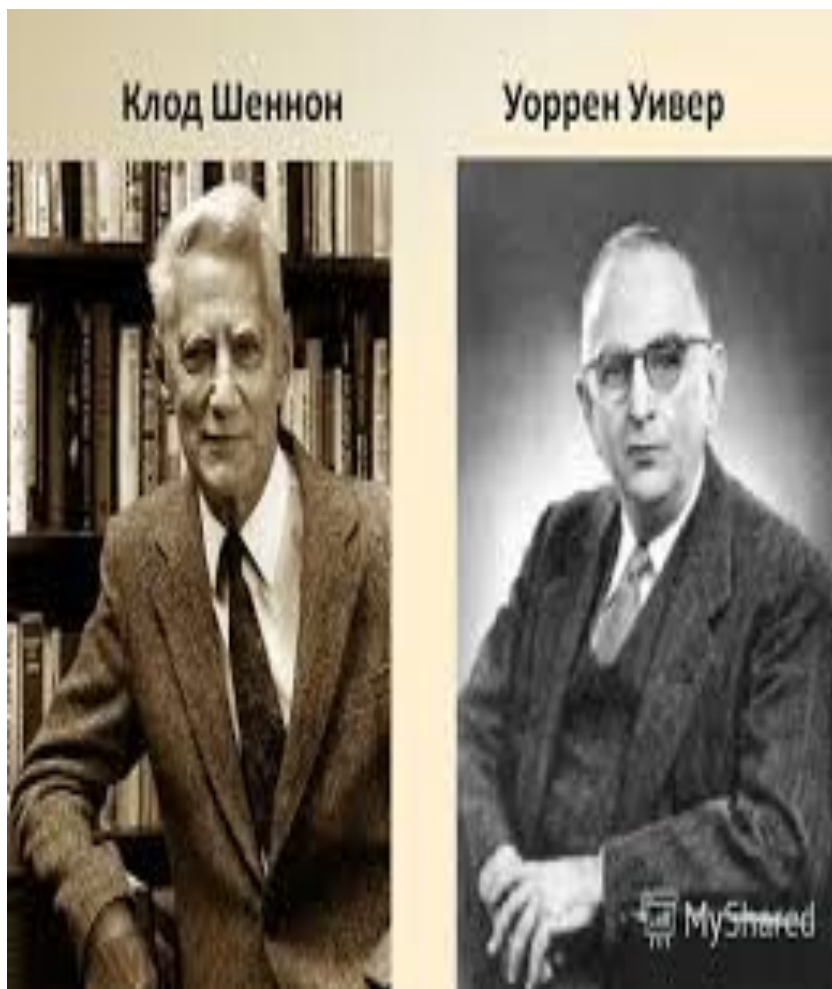
модель Лассуэлла представляет собой одновременно и **модель исследования коммуникативного процесса и развернутый план коммуникативного действия**

## ● *Недостатки*

-во-первых, она **монологична** (в ее структуру не входит обратная связь);  
- во-вторых, она практически **не учитывает контекст**, в котором происходит коммуникация и который на эту коммуникацию влияет.



# Модель Шеннона - Уивера



- Эта модель представляет собой графическое подобие линейной модели Лассуэлла.
- основана *на аналогии с телефонной связью*.

# Модель Шеннона – Уивера

- **источник** – это тот, кто делает звонок (*передает сообщение*);
- **сообщение** – передаваемая информация;
- **телефонный передатчик** – кодирующее устройство, преобразующее звуковые волны в электрические импульсы;
- **телефонный провод** – канал;
- **телефонный приемник** – декодер, осуществляющий обратное преобразование электрических импульсов в звуковые волны;
- **приемник** – человек, которому адресовано сообщение.

# Модель Шеннона – Уивера

## ● ДОСТОИНСТВА

с появлением модели возникло представление о **скорости и количестве** передаваемой информации

## НЕДОСТАТКИ

- она *механистична* – отражает преимущественно технические способы коммуникации;
- она *абстрагируется от смысла* передаваемой информации, уделяя внимание только ее количеству;
- она линейна - *обратная связь отсутствует.*

# Модель «ИСКП»

модель должна содержать **подробный анализ** каждого из элементов коммуникативного процесса:

- **источник** и **получатель** анализируются с точки зрения имеющихся у них коммуникативных навыков, знаний их культурных характеристик и др.
- **сообщение** рассматривается с позиции его элементов и структуры, содержания и способа кодирования.
- **каналами коммуникации** являются пять органов чувств, по которым поступает информация (*зрения, слуха, обоняния, осязания, вкуса*).

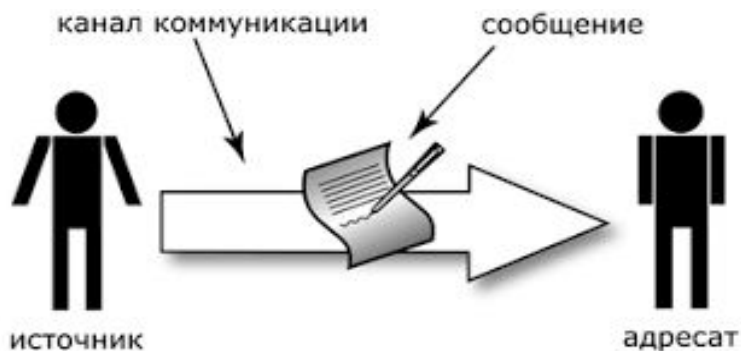
# Модель «ИСКП»

## Достоинства

модель **считается базовой** при рассмотрении отдельных элементов коммуникативного процесса

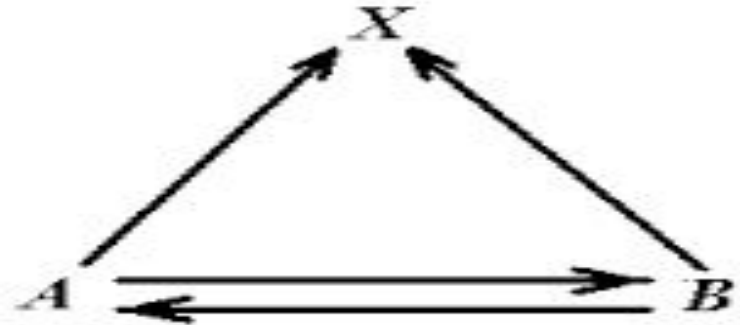
## Недостатки

- **МОНОЛОГИЧНОСТЬ;**
- **однонаправленность.** (нет учета результата коммуникации и обратной связи)



# Нелинейные модели коммуникации

1. Модель Теодора Ньюкомба (А и В индивиды; X- внешний объект)



2. Модель Уэстли - Маклина

3. Модель Г. Малецке

4. Модель Э. Андерса, Л. Стаатса и Р. Бострома (двухуровневая система окружностей)

5. Модель У. Шрамма и Ч. Осгуда

## 2. Модель Б. Вестли и М. Маклина (Уэстли- Маклина)

- В качестве **четвертой вершины** геометрической фигуры рассматривается **редакторская функция** коммуникации. Подчеркнуто **значение обратной связи и обмена информацией** с внешней общественной средой.
- модель описывает как межличностную, так и массовую коммуникацию и в ней раскрыта функциональная **роль массмедиа** в обеспечении потребности реципиента (аудитории) в информации.

# Циркулярные модели коммуникации (3,4,5)

- В *циркулярной коммуникации* человек одновременно и постоянно выступает и как источник, и как получатель информации
- линейная модель трансформируется в непрерывный процесс коммуникации.





# Циркулярная модель Г. Малецке

**коммуникатор – сообщение –  
получатель - медиум**

- под медиумом он подразумевает **одновременно** и каналы коммуникации и информационный носитель.
- вводит понятие «имиджа коммуникатора» и «имиджа получателя».

# Циркулярная модель коммуникации Г. Малецке

Коммуникатор-сообщение-получатель-медиум

- Структурный анализ
  - Анализ социального окружения
  - Анализ принадлежности к аудитории
  - Анализ самоимиджа
- 
- Характер влияния медиа-контекста
  - Анализ деятельности команды коммуникатора

## 4. Модель Э. Андерса, Л. Стаатса и Р. Бострома

- на первом уровне (круге) **лидеры** принимают и осмысливают информацию раньше, чем масса людей;
- на следующей ступени уже сами лидеры начинают **активно распространять** полученную информацию среди своей общности.



## 5. Модель У. Шрамма и Ч. Осгуда

- коммуникация трактуется как **двусторонний процесс связи** (отправитель и получатель информации в равной степени взаимодействуют друг с другом, обмениваясь сообщениями);
- особое внимание авторы модели обращали на **проблему интерпретации сообщения;**
- так как каждый участник коммуникации подходит к расшифровке смысла передаваемого сообщения со своими критериями, сделать коммуникацию более эффективной можно лишь посредством **механизма «обратной связи».**

# Циркулярная модель коммуникации Осгуда - Шрамма



# Объемные модели коммуникации

**1. Мозаичная** модель Л. Бейкера (**кубики**, четыре грани которых соответствуют *источнику, получателю, посланию и каналу коммуникации*);

**2. Спиральная** модель Фрэнка Дэниса (*коммуникация продвигается вперед, повторяя пройденные этапы развития на новом уровне*);

**3. Диффузная** модель Э. Роджерса (*этапы прохождения новых идей: появление, внимание, интерес, оценка, принятие, подтверждение*).

# 3. Диффузная модель Э. Роджерса

в системе массовой коммуникации нет необходимости влиять сразу на всех. Важно прежде всего убедить критические **пять %**. Реципиенты по степени восприимчивости инноваций делятся на:



# Типы реципиентов по степени восприимчивости инноваций

- **инноваторы** - способны сразу «схватывать» новые идеи;
- **ранние принимающие** - с этой категорией людей советуется при принятии каких-либо решений;
- **раннее большинство** - принимает новые идеи чуть раньше чем их примет среднестатистический гражданин;
- **позднее большинство** - скептики, признающие новые идеи только после того, как среднестатистический гражданин признает их;
- **поздние принимающие** - подозрительно относятся к новым идеям.



# Семиотические модели коммуникации

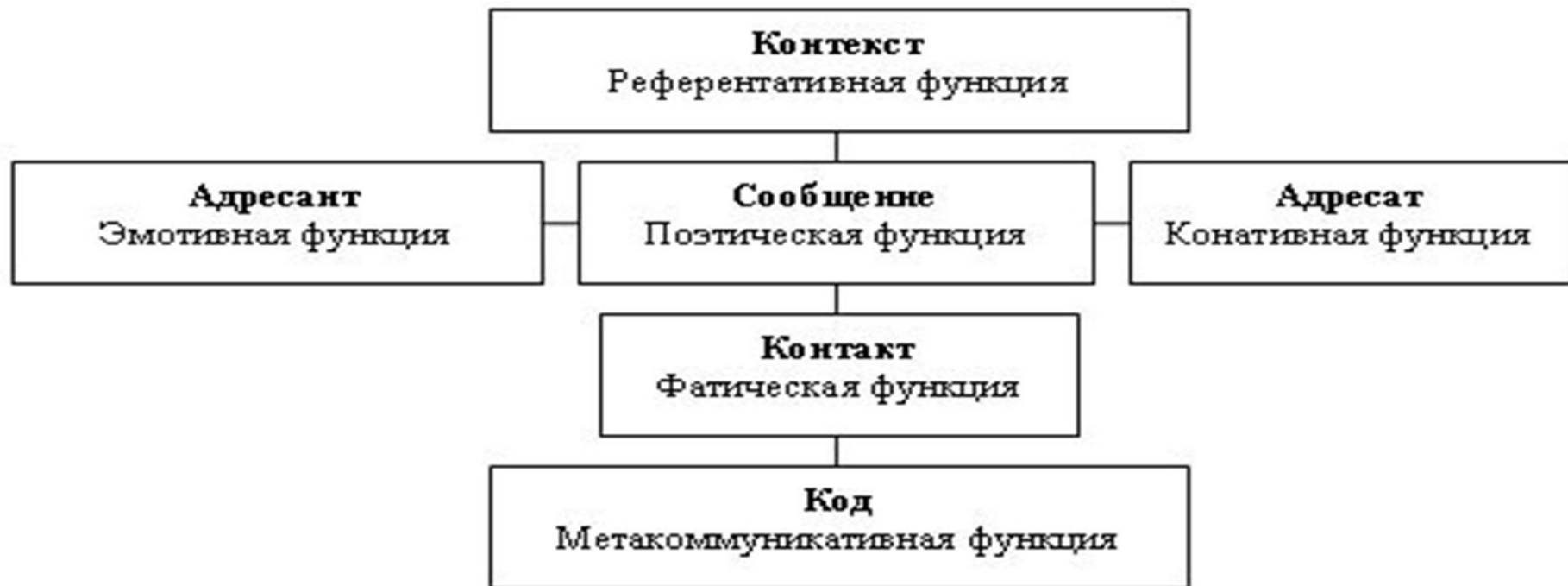
**1. Модель Романа Jakobsona** (выделяется шесть базисных элементов, соответствующих различным аспектам коммуникативного процесса);

**2. Модель Юрия Лотмана** (для коммуникации требуется **неэквивалентность** говорящего и слушающего; коммуникация это *перевод текста с языка моего «я» на язык твоего «ты»*);

**3. Модель Умберто Эко** (участие в коммуникации **лексикодов** - дополнительных коннотативных значений, которые известны не всем, а только части аудитории).

# 1. Модель Романа Jakobson

- В коммуникации участвуют: **адресант** и **адресат**, от первого ко второму направляется **сообщение**, которое написано с помощью **кода**;
- **контекст** связан с содержанием сообщения;
- понятие **контакта** связано с регулятивным аспектом коммуникации.



# Модель Романа Jakobsona

- **Эмотивная функция** имеет целью выражение отношения отправителя к тому, что он говорит;
- **Конативная функция** выражает непосредственное воздействие на собеседника;
- **Фатическая функция** служит для инициации, поддержания и прекращения коммуникации;
- **Метаязыковая функция** служит для установления адекватности кода сообщения коду реципиента;
- **Поэтическая функция** направлена на форму сообщения;
- **Референтивная** (когнитивная) функция указывает на смысл сообщения.

### 3. Модель Умберто Эко

