

Структурные модели коммуникации.

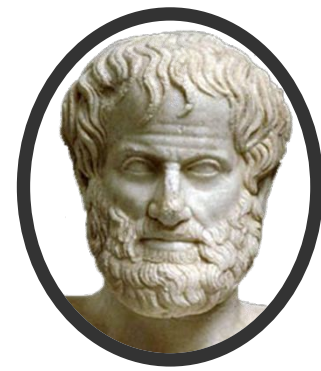
- ❖ Модель Аристотеля
- ❖ Модель Лассуэлла
- ❖ Модель Шеннона-Уивера
- ❖ Модель М. де Флера
- ❖ Циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма
- ❖ Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазерсфельда, Б. Берельсона, Г. Годе

Коммуникационный процесс.

- процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств.



Модель Аристотеля



«Речь слагается из трех
элементов:

из **самого оратора, предмета,**
о

котором он говорит, и из **лица,** к
которому он обращается;

оно-то и есть конечная цель
всего (я разумею слушателя)»



Модель Г. Лассуэлла



- **Кто?** Коммуникатор
- **Что сообщает?** Сообщение
- • **По какому каналу?** Средство коммуникации —
- **Кому?** Адресат
- **С каким результатом?** Эффективность



Модель Шеннона Уивера



- К.П. в данной модели носит **линейный, однонаправленный** характер, **обратная связь отсутствует**, большое внимание уделяется не качеству, а **количеству информации**.
- Она отражает преимущественно **технические способы коммуникации**, а человек включается в нее лишь в качестве **источника или приемника информации**.

Модель М. де Флера



В модели де Флера учтен основной недостаток линейной модели Шеннона—Уивера — отсутствие обратной связи.

Обратная связь дает коммуникатору возможность лучше приспособить свое сообщение к коммуникационному каналу для повышения, эффективности передачи информации и увеличения вероятности; соответствия между отправленным и принятым значениями.

Циркулярная модель коммуникации.

- Сообщение

- Расшифровка
- Интерпретация
- Кодирование

- Сообщение

- Кодирование
- Интерпретация
- Расшифровка



- коммуникация трактуется как двусторонний процесс связи, когда и отправитель, и получатель информации в равной степени взаимодействуют друг с другом, обмениваясь сообщениями (сигналами).


Модель двухступенчатой коммуникации



П. Лазерсфельд



Б. Берельсон



Информация, распространяемая массмедиа, достигает целевой аудитории не напрямую, а в два этапа:

1. Информация достигает особой категории влиятельных и активных людей — «лидеров мнений» — через формальные каналы коммуникации — массмедиа.
2. «Лидеры» передают послание дальше посредством прямого контакта с членами своей группы, т.е. в межличностном общении.