



Структурные модели коммуникации

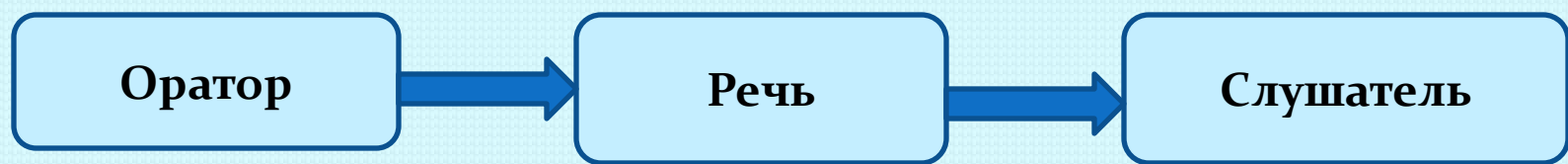
Модель Аристотеля

В «Риторике» древнегреческий философ писал:

«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

Модель Аристотеля



Модель Г. Лассуэлла

Модель предложена в 1948 году американским ученым Г. Лассуэллом.

Коммуникативное действие раскрывается по мере ответа на последовательно возникающие вопросы:

- 1. Кто?**
- 2. Сообщает что?**
- 3. По какому каналу?**
- 4. Кому?**
- 5. С каким эффектом?**

Модель Г. Лассуэлла

В соответствии с этой структурой Г. Лассуэлл выделяет следующие разделы исследования коммуникации:

1. **Анализ управления** процессами коммуникации: при ответе на вопрос «кто?» рассматриваются факторы, которые открывают и направляют сам акт коммуникации (сам коммуникатор).
2. **Анализ содержания** передаваемых сообщений, сюда же включается статистический анализ частоты упоминаний тех или иных фактов и событий в средствах массовой информации.

Модель Г. Лассуэлла

3. **Анализ средств и каналов**, с использованием которых передаются сообщения; выявление средств, адекватных характеру передаваемых сообщений и наиболее приемлемых для получателя.
4. **Анализ аудитории**, являющейся жизненно важным для результативной коммуникации; к решению этой задачи привлекаются социологические службы, результаты деятельности которых используются профессиональными вещательными корпорациями, рекламодателями.

Модель Г. Лассуэлла

5. *Анализ результатов* коммуникационного воздействия, для удобства зачастую объединяемый с предыдущим разделом; в целом результативность коммуникации оценивалась на основании возникшего интереса к содержанию сообщения или отсутствие такого интереса.

Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communications / Ed. By Schramm W. Urbana. 1960. P 14

Модель Г. Лассуэлла получила широкое признание в качестве одной из ведущих парадигм теоретического осмысления коммуникации.

«Формула» Г. Лассуэлла

<i>Кто?</i>	<i>Сообщает Что?</i>	<i>По какому каналу?</i>	<i>Кому?</i>	<i>С каким эффектом?</i>
Коммуникатор	Сообщение	Канал	Получатель	Эффект
Анализ управления	Анализ содержания	Анализ средств и каналов	Анализ аудитории	Анализ результатов

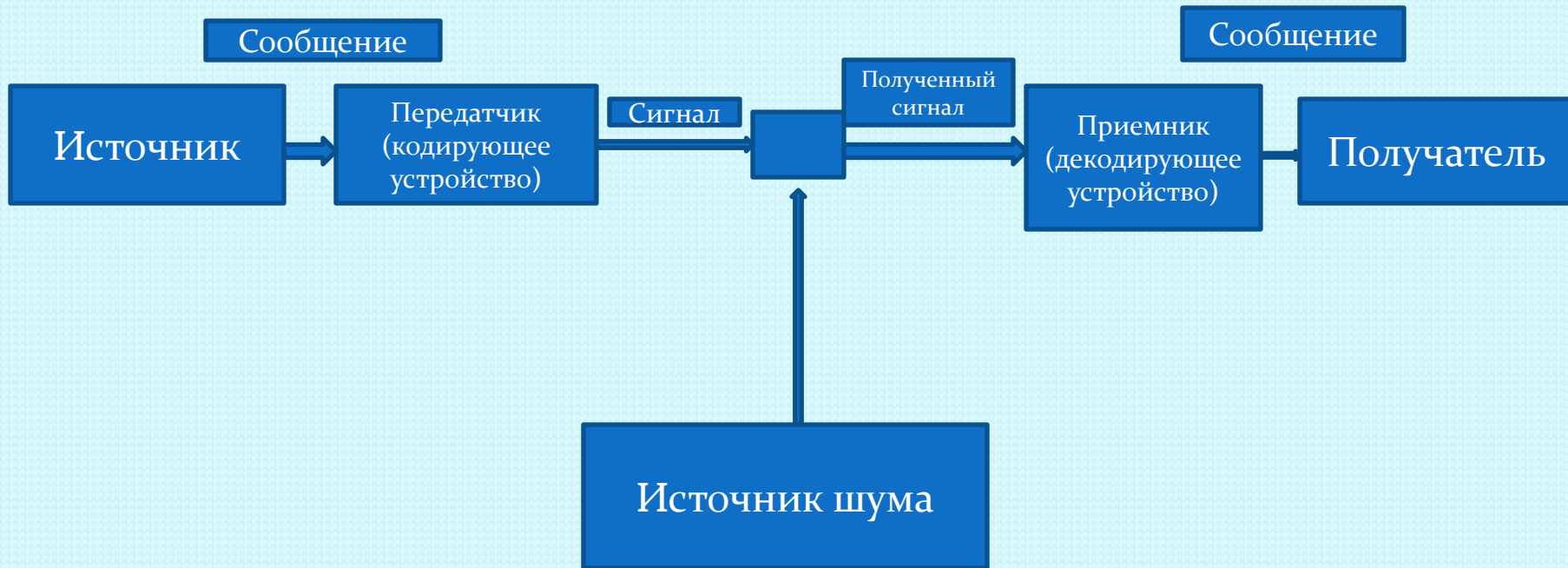
В 1968 году Г. Лассуэлл предложил более подробную версию своей модели коммуникации:

1. Кто?
2. С каким намерением?
3. В какой ситуации?
4. С какими ресурсами?
5. Используя какую стратегию?
6. Оказывает влияние на какую аудиторию?
7. С каким результатом?

Lasswell H. D. The Uses of Content Analysis in Studying Social Change // Social Science Information/ 1968/ №1

Модель Шеннона-Уивера

Канал

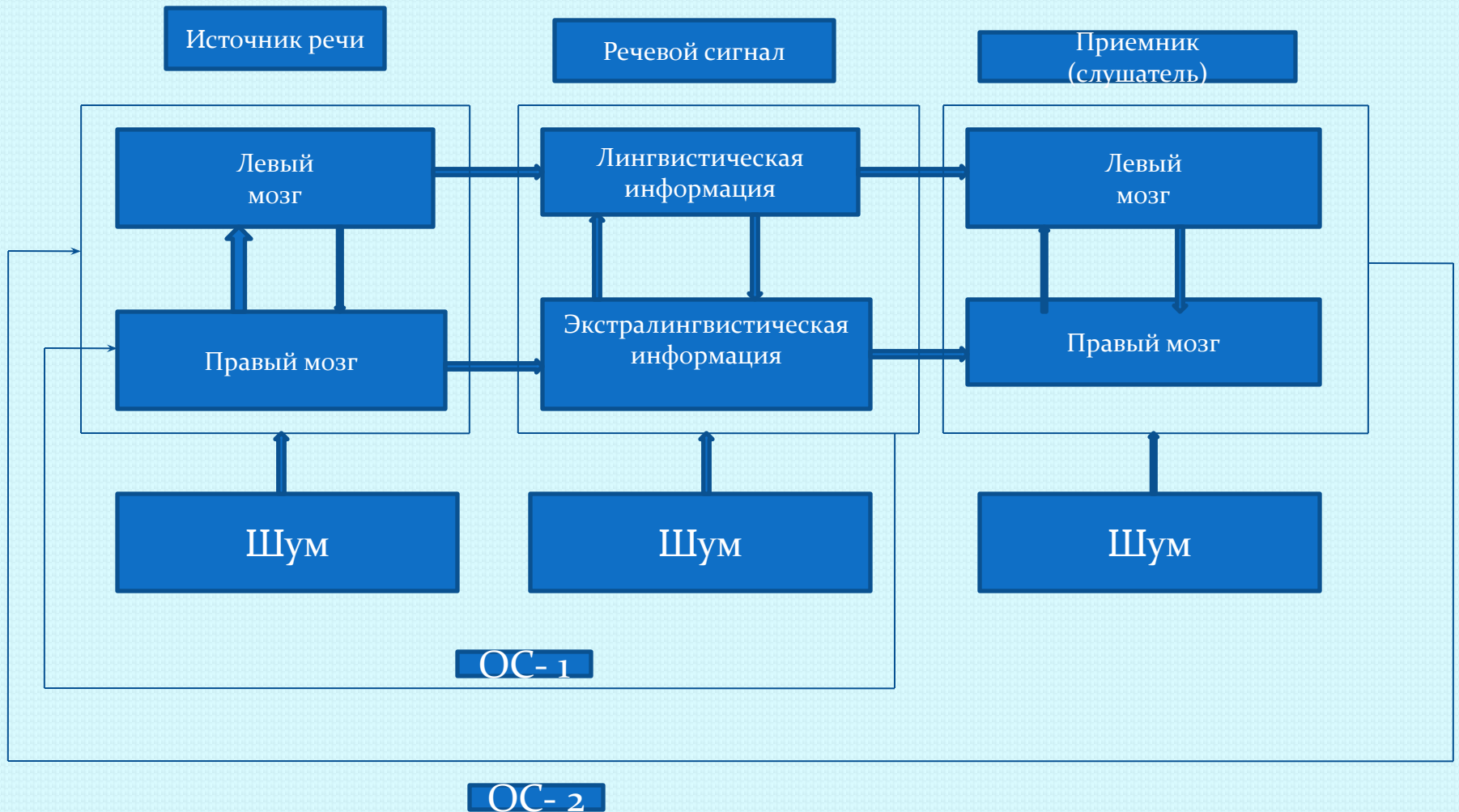


Модель Шеннона-Уивера

Согласно Шеннону, *избыточность* в технике коммуникации достигается либо многократным повторением одного и того же сигнала (информации), либо его дублированием с использованием других каналов связи.

Достоинство данной модели связано с тем, что с ее появлением возникло представление о *скорости и количестве передаваемой информации*.

Модель Морозова



Двусторонняя КОММУНИКАЦИЯ

