

ТЕМА 2

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. Лінійні моделі комунікацій
2. Нелінійні моделі комунікації

1. Лінійні моделі комунікації

Оскільки комунікаційний процес у різних ситуаціях взаємодії, як правило, змінюється залежно від числа учасників, цілей сторін-учасниць, використовуваних каналів, засобів, стратегій та ін., то у сучасній науці існує велика кількість моделей комунікації, розроблених у рамках різних наукових підходів. Розгляд моделей комунікації є важливим, так як вони відображають і визначають особливості і стиль соціального спілкування, характерного для певного часу і простіру.

Більшість з моделей комунікації було створено у XX ст. Але перша з відомих моделей була запропонована ще Аристотелем. Він писав, що промова складається з трьох елементів: з самого оратора, з предмета, про який він говорить, і з особи, до якої він звертається; саме він (тобто, слухач) і є кінцевою метою всього. Таким чином, дана модель універсальна – вона відображає комунікативний акт як в усній, так і в письмовій формах. У цьому акті виділяються три основних елементи комунікації:

ОРАТОР – ПРОМОВА – СЛУХАЧ

Модель Аристотеля залишалася практично незмінною аж до XX ст. Тільки з розвитком масових комунікацій через радіо, кіно, телебачення і під впливом потреби в удосконаленні методів пропаганди вона зазнала змін.

У 1948 р американський учений Г. Ласуел запропонував свою модель комунікації, яка розкривається в міру відповіді на послідовно виникаючі питання, відповіді на які дають можливість описати будь-яку комунікацію:

- хто?
- повідомляє що?
- по якому каналу?
- кому?
- з яким ефектом?

«Формула» Ласуела стала як власне моделлю, що відбиває структуру комунікаційного процесу, так і моделлю дослідження цього процесу, його структури та окремих елементів.

Відповідно з цією структурою Ласуел виділяє наступні розділи дослідження комунікації, кожен з яких представляє відповідь на відповідне питання:

- аналіз управління процесами комунікації: при відповіді на питання «хто?» розглядаються фактори, які відкривають і направляють сам акт комунікації (в першу чергу це сам комунікатор);

- аналіз змісту переданих повідомлень, сюди ж включається статистичний аналіз частоти згадок тих чи інших фактів і подій в засобах масової інформації;

- аналіз засобів і каналів, з використанням яких передаються повідомлення (для масової комунікації це аналіз роботи самих масмедіа); виявлення засобів, адекватних характеру переданих повідомлень і найбільш прийнятних для одержувача;

- аналіз аудиторії (масової, спеціалізованої), що є життєво важливим для результативної комунікації;

- аналіз результатів («ефекту») комунікаційного впливу; в цілому результативність комунікації оцінювалася на підставі інтересу до змісту повідомлення.

«Комунікативна формула» Лассуелла являє собою одночасно і модель дослідження комунікаційного процесу, і розгорнутий план власне комунікативного дії - в цьому її безперечна гідність.

Разом з тим вона володіє й істотним недоліком - вона монологічна, в ній відсутній зворотний зв'язок, завдяки якій ми розглядаємо комунікацію односпрямованої і не «саму по собі», а як двосторонній процес.

У подальшому розгляд структури комунікаційного процесу знайшов відображення у математичній моделі Шенона – Уівера. Вона заснована на аналогії з телефонним зв'язком. Припустимо, що дві людини, проживають у різних країнах, що говорять на різних мовах і погано розуміють мову свого абонента, змушені вести переговори по телефону. При цьому час розмови обмежено, а телефонний зв'язок нестійкий. Такою є ситуація, яку намагаються змодельовати К. Шенон і У. Уівер в розробленій ними математичній теорії зв'язку (комунікації) (1949 р.).

Елементами цієї моделі є:

- джерело – це той, хто робить дзвінок (передає повідомлення);
- повідомлення – передана інформація;
- телефонний передавач – кодуєчий пристрій, що перетворює звукові хвилі в електричні імпульси;
- телефонний дріт – канал;
- телефонний приймач (другий апарат) – декодер, який здійснює зворотне перетворення електричних імпульсів в звукові хвилі;
- приймач – людина, якій адресовано повідомлення.

При цьому розмова може супроводжуватися постійними перешкодами (шумами), що виникають на лінії зв'язку; частотний діапазон каналу може бути обмеженим, а абоненти можуть погано розуміти мову один одного. Ясно, що в цій ситуації вони намагаються максимізувати кількість інформації, переданої по лінії зв'язку. Математична теорія комунікації і була спочатку розроблена з метою відокремити шуми від корисної інформації, переданої джерелом. За Шеноном, подолання шумів може бути досягнуто шляхом використання надмірності сигналів. Математична теорія зв'язку Шенона абстрагується від

змісту (сенсу) переданої інформації, зосереджуючись цілком на її кількості: неважливо, яке повідомлення передається, важливо лише, яка кількість сигналів передається. З точки зору Шенона, інформація – протилежність ентропії (хаосу, невизначеності, безладдя), отже, вона є можливістю зменшення невизначеності: чим більше інформації містить система, тим вище ступінь її впорядкованості (при цьому Шенон зазначає, що занадто великий обсяг інформації також збільшує ступінь невизначеності – виникає «інформаційний шум»).

Перевага цієї моделі пов'язана з тим, що з її появою виникло уявлення про швидкість і кількість переданої інформації. Однак модель Шенона – Уївера має і ряд обмежень:

- вона механістична – відбиває переважно технічні способи комунікації; людина включається в неї лише як «джерело» або «приймач» інформації;
- вона абстрагується від змісту, смислу переданої інформації, приділяючи увагу тільки її кількості;
- комунікативний процес в даній моделі носить лінійний, односпрямований характер, зворотний зв'язок відсутній.

2. Нелінійні моделі комунікації

Першою моделлю, у якій відображено реакцію комуніканта на повідомлення джерела у вигляді зворотного зв'язку стала циркулярна (циклічна) модель комунікації, запропонована у роботах У. Шрама і Ч. Осгуда. Саме зворотний зв'язок робить комунікацію двостороннім процесом (діалогом), дозволяючи кожній зі сторін коригувати свої дії і цілі. модель комунікації була

Шрам вважав, що було б дуже великою оманою розглядати комунікацію як лінійний процес, у якого є початок і є кінець. Насправді це процес нескінченний; щоб виправити неточність лінійних моделей, необхідно підкреслити циклічний характер комунікації, коли її учасники (джерело і одержувач) періодично міняються ролями. Таким чином, комунікація трактується як двосторонній процес зв'язку, коли відправник та отримувач

інформації в рівній мірі взаємодіють один з одним, обмінюючись повідомленнями (сигналами).

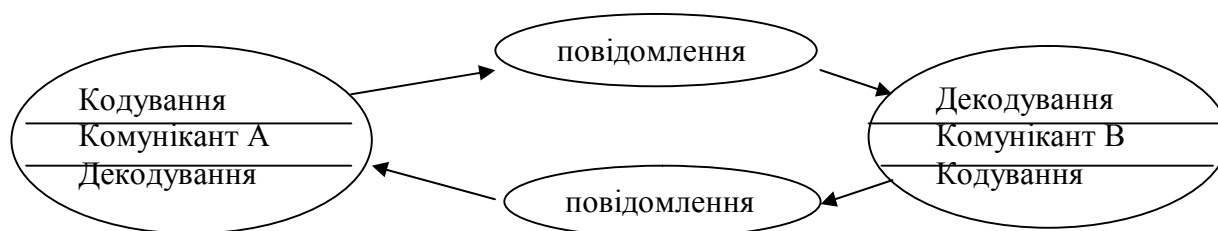


Рис. 2.1 Графічне представлення циркулярної моделі комунікації

Особливу увагу автори моделі звертали на проблему інтерпретації повідомлення. Оскільки кожен учасник комунікації підходить до розшифровки сенсу переданого повідомлення зі своїми критеріями, то в комунікаційному процесі виникає «семантичний шум». Мінімізувати його наслідки і зробити комунікацію більш ефективною (результативною) можна лише за допомогою механізму «зворотного зв'язку».

Маючи на увазі складну вербально-невербальну природу комунікації та ряд принципових відмінностей невербальної комунікації від власне мовної, вітчизняний психолог Б.П. Морозов запропонував оригінальну модель, яка представляє комунікацію як двоканалний процес, що складається з вербального, власне мовного лінгвістичного і невербального екстралінгвістичного каналів. Вона отримала назву двоканалної моделі мовної комунікації

Дана модель передбачає поділ вербального і невербального каналів у всіх ланках системи комунікації:

- в початковому (джерело мови, мовець – людина, що передає інформацію),
- в середньому (акустичний сигнал – передання інформації у закодованому вигляді)
- в кінцевому (приймач, слухач з- декодує інформацію).

Таким чином, вербальний і невербальний канали виявляються відокремленими у всіх ланках ланцюга мовної комунікації.

П. Лазарсфельдом і Б. Берельсоном при дослідженні масових комунікацій була розроблена модель двоступінчастої комунікації. Вони звернули увагу на одну вельми цікаву закономірність: вплив інформації, переданої населенню через ЗМІ, через якийсь час не слабшає, а, навпаки, посилюється. Дослідження показали, що інформація, яку поставляють преса, радіо і телебачення, засвоюється масовою аудиторією не безпосередньо і не відразу, а через деякий час і під впливом «лідерів думок». Виявлений феномен дозволив істотно скорегувати діяльність ЗМІ: стало очевидним, що можна працювати з більш вузькою і більш чітко окресленою групою.

Відповідно до цієї моделі, інформація, поширювана мас-медіа, досягає цільової аудиторії не безпосередньо, а в два етапи. На першому етапі передана інформація досягає особливої категорії впливових і активних людей - «Лідерів думок» - через формальні канали комунікації – мас-медіа. На другому етапі ці лідери передають послання далі допомогою прямого контакту з членами своєї групи, тобто в міжособистісному спілкуванні.

Теорія «Спіраль тиші / мовчання» розроблена Е. Ноель-Нойман. Відповідно до даної теорії засоби масової комунікації можуть маніпулювати громадською думкою за рахунок надання слова меншості замість більшості. За її гіпотези людина, що відчуває себе в меншості, не висловлює своєї думки, тим самим як би приєднуючись до більшості. Коли ж мас-медіа коректують картинку реального розподілу, роблячи більшість меншістю, вона замовкає. Таким чином, в масовій комунікації виявляється представлена тільки одна сторона. Інша сторона у відповідь замикається в собі. Функція громадської думки реалізується в соціальному контролі. У результаті через те, що людина не хоче опинитися в ізоляції, він або зміщується на позиції більшості, або мовчить. У цій же області лежить відзначене багатьма дослідниками явище приєднання до переможця в процесі голосування.

Е. Ноель-Нойман пише: «Двічі мені доводилося спостерігати «зрушення останньої хвилини» – тиск громадської думки, що приносив кандидату

додаткові 3-4% голосів. Лазарсфельд, будучи свідком цього явища, ще в 1940 р. під час виборів американського президента назвав його «ефектом оркестрового вагона», за яким слідують інші. Згідно ж загальноприйнятому поясненню, кожному як би хочеться бути з переможцем, вважатися теж переможцем». В основі цього явища лежить страх індивіда, що є за своєю природною суті істотою соціальною, опинитися в ізоляції самотності.

Найбільш поширена нелінійна модель комунікації розроблена Т. Ньюкомбом. Модель має вигляд рівностороннього трикутника, вершини якого складають комунікант, реципієнт і соціальна ситуація. Взаємодія реципієнта і комунікатора здійснюється як з урахуванням соціальної ситуації, так і без урахування такої.

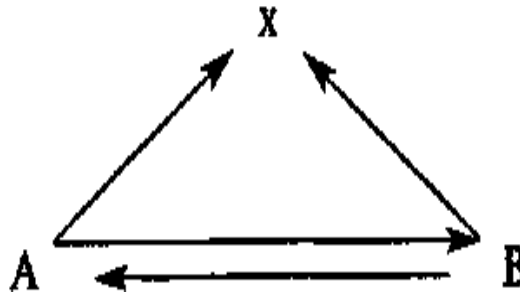


Рис. 2.1 Модель комунікації Т. Ньюкомба

Модель Ньюкомба відповідає на наступні питання:

- що спонукає суб'єктів до вступу в комунікацію;
- яким чином впливають на комунікацію відносини між суб'єктами;
- якими можуть бути всі можливі психологічні ефекти комунікації між двома суб'єктами.

В якості робочої моделі Ньюкомб запропонував ситуацію елементарної комунікативної взаємодії, в якій два суб'єкта (А і В) вступають в комунікацію з приводу деякого зовнішнього по відношенню до них об'єкта Х. При цьому будь-який складної взаємодії може бути зведений до сукупності елементарних взаємодій.

Головним завданням комунікації буде забезпечення взаємодіючих суб'єктів одночасно щодо предмета комунікації, а також орієнтацією один щодо одного. Саме потреба в орієнтації, як одна з провідних психологічних потреб

людини, спонукає її до вступу в комунікацію. Під орієнтацією в цьому контексті розуміється емоційна оцінка, яка спирається на когнітивну обізнаність про об'єкт. Когнітивна обізнаність являє собою освоєну суб'єктом інформацію про об'єкт.

Згідно з Ньюкомбом, поняття орієнтації може бути описано в термінах позитивних (+), або негативних (-) атитюдів. Позитивний атитюд характеризується симпатією до об'єкта і прагненням до взаємодії з ним, негативний - антипатією і униканням б'єкта.

Поняття атитюда введено в соціальну психологію Г. Олпортом. Він визначав атитюд як «стан свідомості та нервової системи індивіда, який виражає готовність до дії і організований на основі попереднього досвіду. При цьому атитюд надає направляючий і динамічний вплив на реакції індивіда щодо всіх об'єктів, до яких він має відношення».

Загальною тенденцією комунікації є прагнення до симетрії. Якщо А і В зорієнтовані один до одного позитивно, то вони будуть прагнути до збігу свого ставлення до Х.

При розбіжності ставлення один до одного буде неспівпадати і ставлення до Х. Збіг відношення до Х при розбіжності ставлення один до одного буде сприйматися як ненормальний. До речі, в області цих відносин лежить відомий вислів "Вороги моїх ворогів - мої друзі".

Дана модель задає динаміку змін, до якої прагнутиме комунікація - до створення симетричних відносин, однаковій оцінці об'єктів при однаковій оцінці один одного.

Контрольні питання

1. У чому полягає відмінність лінійних і нелінійних моделей комунікації?
2. Відповіді на які питання, згідно з формулою Ласуела, дають можливість побудувати будь-яку схему комунікації?
3. З якою метою була розроблена атематична теорія комунікації?