

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

CA 3 – Wybrane modele komunikacji

Literatura: Aleksander Szejnberg-Podstawy komunikacji społecznej w edukacji, rozdz. II.

ĆWICZENIA 3

❖ Dwie główne szkoły (podejścia badawcze) komunikacji społecznej:

a) **szkoła procesu komunikacji** – koncentruje się na transmisji komunikatów.

Problemy badawcze:

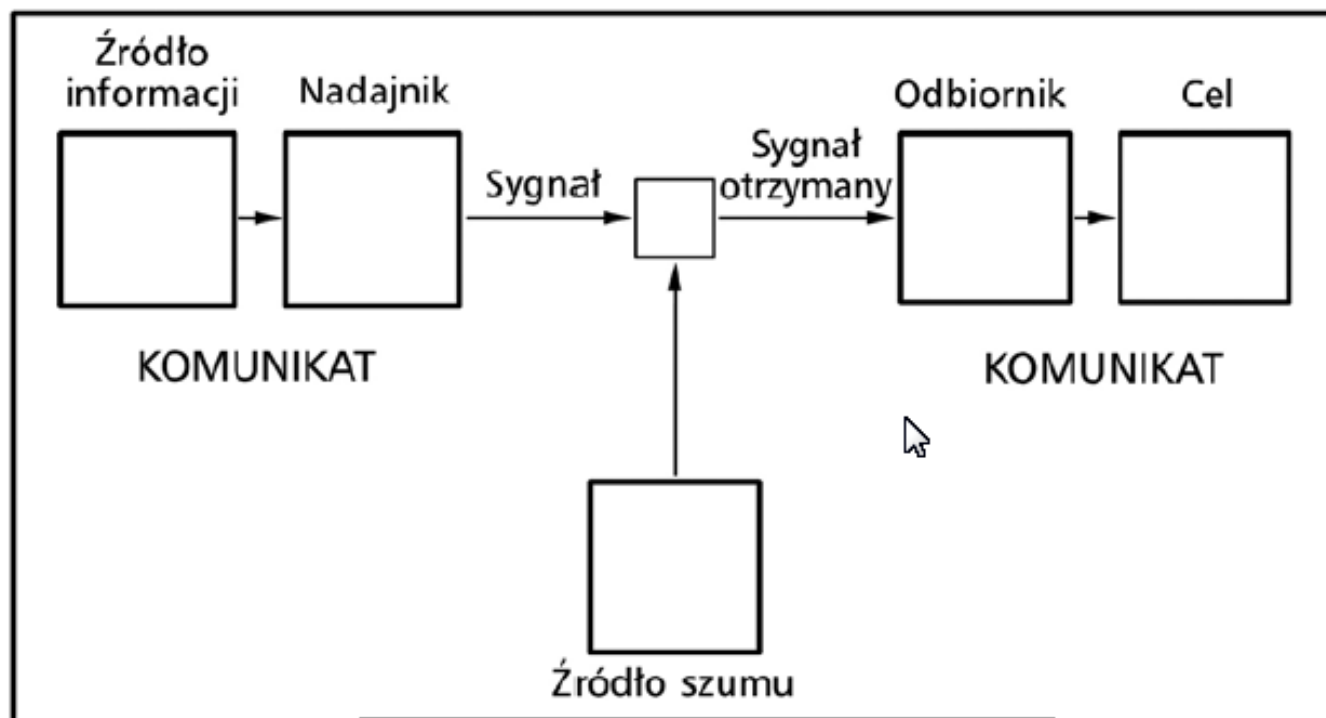
- poznanie sposobu kodowania i dekodowania wiadomości przez nadawcę i odbiorcę;
- badanie rodzaju wykorzystywanego przez nadawcę środka przekazu komunikacyjnego;
- określanie wydajności i dokładności procesu przekazywania wiadomości;
- przeprowadzanie analizy poszczególnych etapów procesu komunikacyjnego.

b) **szkoła semiotyczna** – opierająca się na semiotyce (nauka o znakach i znaczeniach); komunikacja jako tworzenie i wymiana znaczeń.

Problemy badawcze:

- poznanie sposobów wytwarzania znaczeń na drodze interakcji informacji z ludźmi;
- poznanie roli tekstu w kulturze.

- W zależności od szkoły naukowego poznania komunikacji powstają **różne modele komunikacyjne**.
 - **Model komunikacji to diagram obrazujący w postaci słownej lub graficznej przebieg procesu komunikacji**; diagram, na którym przedstawiono **poszczególne elementy procesu komunikacji** oraz wskazano na określone **relacje między nimi**.
- A. **MODEL KOMUNIKACJI SHANNONA (1948)** – nazywany też „modelem Shannona-Weavera” ze względu na ich wspólną publikację z 1949 roku.
- jest to pierwszy model transmisyjny,
 - jest oparty na matematycznej teorii komunikacji,
 - komunikacja została w nim **zredukowana do transmisji sygnału** (treść nie ma większego znaczenia).



➤ **Poszczególne elementy tego modelu:**

1. **Źródło informacji** (*Information source*), które **wytwarza komunikat** (*message*) **lub sekwencję komunikatów**. Są one transmitowane do **terminalu odbiorczego** z pomocą nadajnika. Źródłem informacji jest jej autor. Shannon wskazuje między innymi na następujące **typy komunikatów** emitowanych przez nadajnik (sygnałów):
 - a) sekwencja liter w systemie telegraficznym;
 - b) przekaz radiowy i telefoniczny;
 - c) przekaz w telewizji czarno-białej;
 - d) transmisja dźwięku;
 - e) przekaz w telewizji kolorowej; różne kombinacje funkcji występujące w telewizji połączonej z kanałem audio.

2. **Nadajnik** (*transmitter*), w którym **komunikat zostaje przekształcony w sygnał** w celu jego transmisji przez odpowiedni kanał. Przykłady przekształcenia komunikatu w sygnał:
 - a) w telefonii - zamiana natężenia dźwięku (głosu) na proporcjonalne jednostki elektryczne;
 - b) w telegrafii - operacja kodowania, która wytwarza w kanale sekwencje kropek, kresek i spacji;
 - c) w telewizji – zamiana nagranych (magnetycznie lub cyfrowo obrazów i dźwięków na fale radiowe i modulacja ich częstotliwości.

3. **Kanał** (*channel*), jest **nośnikiem wykorzystywanym do transmisji sygnału** z nadajnika do odbiornika. Może to być **na przykład para drutów** (*pair of wires*) dla realizacji transmisji telegraficznej, **kabel telefoniczny**, odpowiedni **zakres częstotliwości radiowej**, względnie **strumień światła**.

4. **Odbiornik** (*receiver*) **dokonuje inwersji** operacji dokonanej przez nadajnik, **rekonstruuje komunikat z sygnału** (odbiornik radiowy, telewizor z dekoderm, telefon komórkowy itp.).

5. **Cel** (*destination*) jest osobą (lub rzeczą), dla której komunikat jest przeznaczony.

6. **Źródła szumu** – np. niewyraźna mowa, zakłócenia na linii telefonicznej, zakłócenia fal radiowych itp.).

➤ Ograniczenia modelu Shannona

Model Shannona uwzględnia czysto techniczne cechy komunikacji. Jest to model liniowy. Komunikacja jest w nim traktowana jako transmisyjny proces **jednokierunkowy**. Nie ma w nim założenia o sprzężeniu zwrotnym, a także o fakcie, iż sprzężenie to modyfikuje zarówno komunikat, jak i sytuację komunikacyjną. W modelu **zignorowana została jakość treści**. Zakłóceń nie można bowiem ograniczyć wyłącznie do szumów w kanale przesyłowym. Brak uwzględnienia zakłóceń wynikających z np.:

- błędnego sformułowania komunikatu;
- wybiórczego, cząstkowego przyjęcia komunikatu.

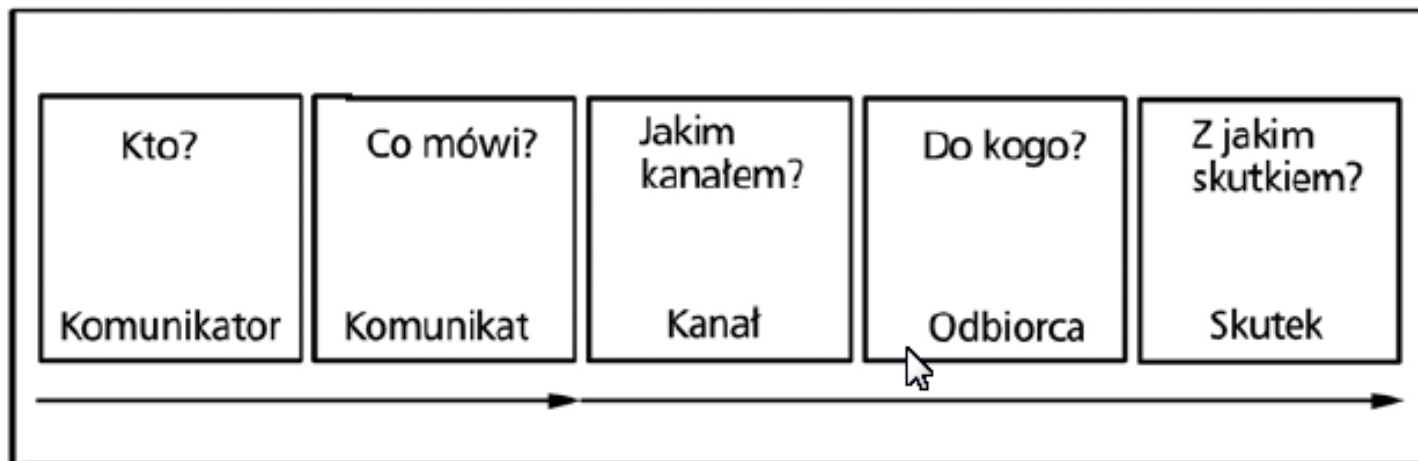
B. MODEL KOMUNIKACJI LASWELLA (1948)

- a) stanowi on **werbalną wersję oryginalnego modelu Shannona**,
- b) odnosi się do **komunikacji masowej**,
- c) wg Laswella, do zrozumienia znaczenia komunikacji masowej konieczne jest udzielenie **odpowiedzi na sekwencję następujących pytań**:
 - Kto? (*Who?*),
 - Co mówi? (*Says what?*),
 - Jakim kanałem? (*In which channel?*),

- Do kogo? (*To whom?*),
- Z jakim skutkiem? (*With what effect?*) – nowy element, związany ze sprzężeniem zwrotnym (brak u Shannona).

Niektórzy sugerują jeszcze jedno możliwe pytanie:

- W jakim kontekście (*in what context*) (społecznym, ekonomicznym, kulturalnym, politycznym, estetycznym) proces komunikacji ma miejsce?



➤ **Ograniczenia modelu Laswella**

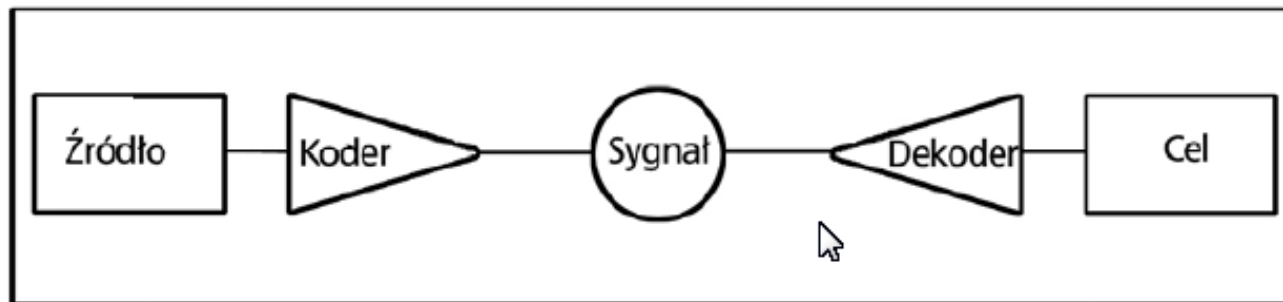
Nie uwzględnia on między innymi czynników zwanych zmiennymi interweniującymi (*intervening variables*). Są to czynniki wpływające na jakość transmisji, na przykład czas dnia, stan zdrowia, usposobienie komunikatora i odbiorcy itp.

C. MODELE KOMUNIKACJI SCHRAMMA (1954)

- bazowały na modelu Shannona,
- odnoszą się głównie do komunikacji masowej.

I. MODEL LINIOWY SCHRAMMA

- odpowiednik modelu Shannona (**nadajnik i odbiornik to odpowiednio koder oraz dekodek**),
- mimo, iż **dotyczy komunikowania masowego**, to można go odnieść do komunikacji interpersonalnej pośredniej (nieosobowej), np. telefonicznie. **Źródło i koder** to w tym przypadku **osoba nadawcy i aparat telefoniczny**, **cel i dekodek** to **osoba odbiorcy**, zaś **sygnał** to **język** (lub obraz i język).

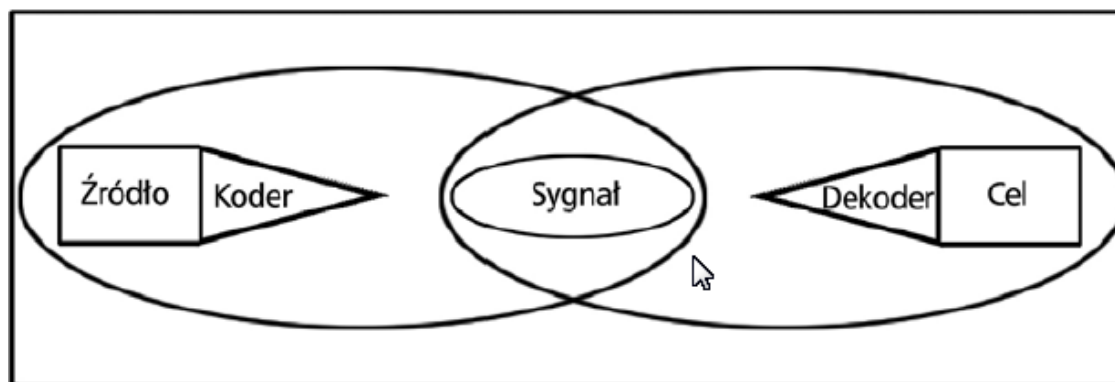


➤ **Pomyślna realizacja każdego kroku w tym modelu** będzie zapewniona wówczas, gdy:

1. **Źródło** będzie dysponować **zrozumiałą informacją**.
2. **Koder** będzie reprezentować **komunikat w znakach, które mogą być jasno i wyraźnie transmitowane**.

3. **Sygnal** będzie **retransmitowany szybko i dokładnie** z uwagi na możliwość wystąpienia ewentualnych zakłóceń lub konkurencyjnych komunikatów.
4. **Komunikat** powinien być **dekodowany zgodnie z jego zakodowaniem**.
5. **Cel** powinien **odpowiednio zarządzać dekodowanym komunikatem** w związku z możliwością dopytywania się źródła o odpowiedź (choć Schramm nie wskazuje w modelu wprost na sprzężenie zwrotne).

II. MODEL POLA DOŚWIADCZEŃ SCHRAMMA



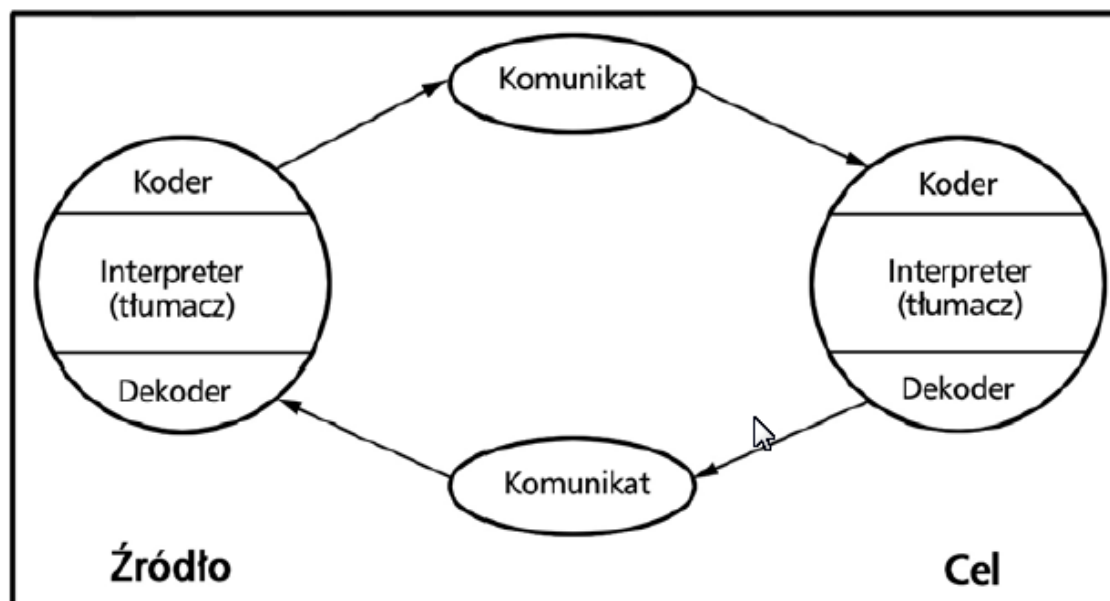
- model ten przedstawia **interakcyjny charakter procesu komunikacji** - **podkreśla wkład wnoszony** w przebieg tego procesu **przez nadawcę** (źródło/koder) i **odbiorcę** (cel/dekoder),
- **pola doświadczeń** (*field of experience*) – przede wszystkim wiedza, a także postawy, przekonania oraz idee – **nakładając się, tworzą kontekst dla sygnału**. Pola doświadczeń źródła i celu mogą albo ułatwiać komunikację

interpersonalną, albo działać na jej szkodę, np. **znajomość języka** w jakim rozmawiają może ułatwiać komunikację, a jej brak (choćby u jednej osoby) – jej utrudnienie lub brak,

- **źródło i cel** mogą odpowiednio „kodować” i „dekodować” tylko w stopniu osiągniętego przez nich doświadczenia (wiedzy, biegłości językowej, przeżyć itp.).

III. **MODEL KOŁOWY OSGOODA-SCHRAMMA**

- zawiera element dotyczący **przetwarzania informacji** (wpływ Osgooda),
- wyraźnie uwydatnia **wymiennosc ról źródła i celu** w procesie komunikacyjnym (każdy z nich koduje, interpretuje i dekoduje) – trwa wymiana komunikatów.



➤ **Znaczenia niektórych pojęć:**

- **Kodować** - znaczy **wyrażać informację za pomocą kodu**. To proces transformacji (przekształcenia) myśli w odpowiedni komunikat.
- **Interpretacja** - inaczej **tłumaczenie, wyjaśnianie, komentowanie** czegoś (tekstu, wypowiedzi, faktu).
- **Dekodować** - **przetwarzać tekst zakodowany w tekst pierwotny, bez zmiany treści informacji** (na ile jest to możliwe). Dekodować – odczytywać myśl zawartą w komunikacie.

➤ W modelu Osgooda-Schramma, aby zrealizować proces interpretacji komunikatu, zarówno źródło, jak i cel korzystają z **interpretera-tłumacza** (nie musi to być jakiś odrębny podmiot, np. tłumacz z języka obcego; może to być zasób wiedzy, doświadczeń posiadanych przez źródło i cel).

➤ „Każdy znak potrzebuje interpretatora. Przejrzysty rodzaj komunikacji semiotycznej wymaga dwóch odrębnych interpretatorów – nadawcy komunikatu i adresata” [Jakobson, 1989a, s. 66].

➤ **Powrotny komunikat** może przyjąć formę **sprzężenia zwrotnego** lub **formalnego powrotu na wcześniej zajmowane miejsce**.

➤ **Sprzężenie zwrotne** jest bardzo ważne dla źródła. Odzwierciedla myśli i reakcje celu (odbiorcy komunikatu). Sprzężenie zwrotne na przesłany komunikat może funkcjonować **w różnych formach**:

- a) jego werbalnych odpowiedziach,
- b) aplauzie (wyrażanym przez niego zadowoleniu lub zachwycie),
- c) ruchach ciała, tonie głosu, wyrazie twarzy,
- d) pisemnych odpowiedziach itd.

➤ **Różnice między modelem Shannona a modelem Osgooda-Schramma:**

1. Model Shannona ma strukturę **liniową**, a model Osgooda-Schramma – **kołową**.
2. Model Shannona - podejście skoncentrowane **na „kanale”**, model Osgooda-Schramma – podejście skoncentrowane **na komunikacji między nadawcą (źródłem) a odbiorcą (celem) – na przekazywanej i odbieranej treści**.
3. Model Shannona rozpatruje **źródło** informacji i nadajnik oraz odbiornik i cel **jako odrębne jednostki**; w modelu Osgooda-Schramma uczestnicy procesu komunikacyjnego (źródło i cel) **wykonują podobne zadania** (kodowanie, interpretacja i dekodowanie) – wymiennosc ról.
4. Model Osgooda-Schramma reprezentuje zasadniczy **zwrot od jednokierunkowego** (jednostronnego) podejścia do procesu komunikacji zaprezentowanego w modelu Shannona **na rzecz komunikacji dwukierunkowej** (dwustronnej).

D. MODEL KOMUNIKACJI SMCR BERŁO (1960)

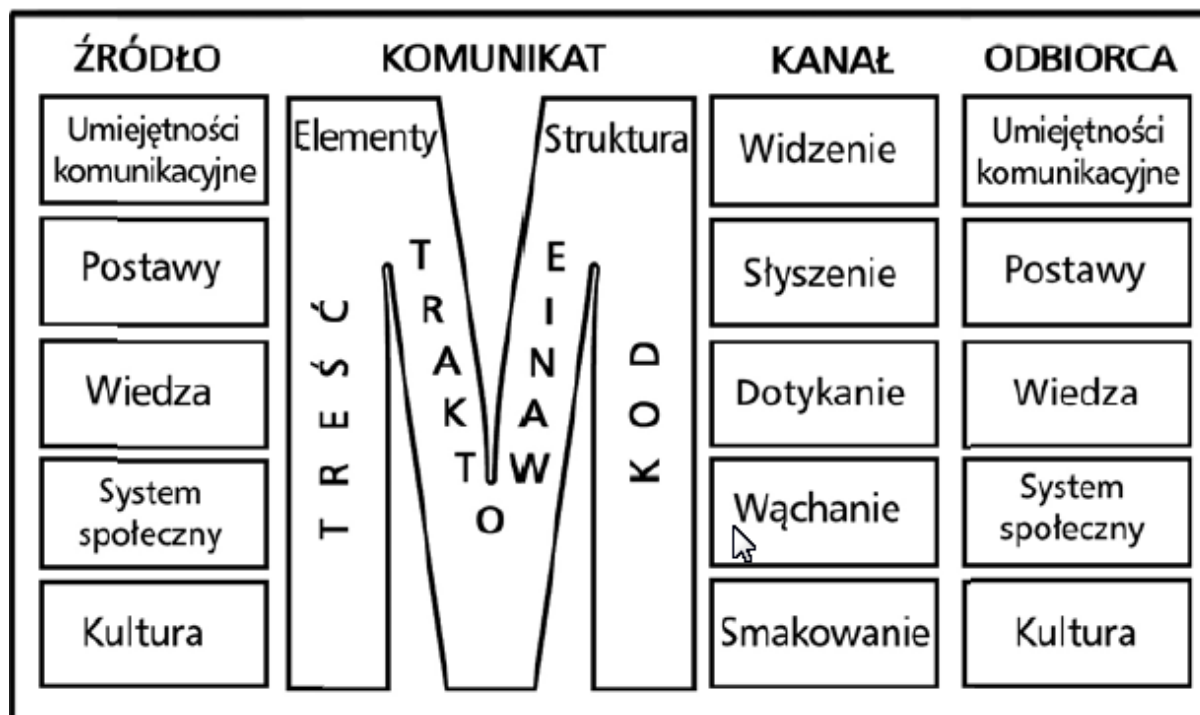
– cztery składniki procesu komunikacyjnego (pierwsze litery tworzą skrótowiec/akronim SMCR):

Source (Źródło)

Message (Komunikat)

Channel (Kanał)

Receiver (Odbiorca)



I. Źródło/Odbiorca

- a) model SMCR stanowi rozwinięcie modelu Shannona w **aspekcie socjologicznym**,
- b) w modelu tym, Berło przypisuje określony **zbiór cech** zarówno źródłu, jak i odbiorcy:
- umiejętności komunikacyjne (communication skills);
 - postawy (attitudes);
 - wiedza (knowledge);
 - system społeczny (social system), w którym akt komunikacji ma miejsce;
 - kultura (culture).

- **umiejętności komunikacyjne** (*communication skills*);
 - dwie umiejętności kodowania (mówienie, pisanie);
 - dwie umiejętności dekodowania (słuchanie i czytanie);
 - umiejętność myślenia.

Umiejętności komunikacyjne źródła i odbiorcy **wyrażają się w:**

- znajomości i efektywnym stosowaniu **reguł syntaktycznych** używanego kodu (poprawnego budowania wypowiedzi; logika wypowiedzi);
- **przystosowaniu wykorzystywanego kodu** do realizacji efektywnego procesu komunikacji;
- **znajomości słownictwa** i jego efektywnego stosowania w sytuacjach komunikacyjnych.

- **postawy** (*attitudes*);

Składowe (komponenty) postaw:

- uczucia (*feelings*),
- przekonania (*beliefs*) oraz
- zachowanie się (*behavior*).

Postawy wyrażają między innymi:

- stosunek nadawcy i odbiorcy do siebie samych;
- stosunek do istoty poruszanego tematu;
- postawę wobec partnera aktu komunikacyjnego.

- **wiedza** (*knowledge*) dotycząca komunikacji;

Poziom wiedzy w zakresie:

- znajomości sposobów, dzięki zastosowaniu których mogą oni tworzyć i przysyłać komunikaty;
- samoświadomości własnej postawy;
- rodzajów kanałów komunikacyjnych, spośród których mogą dokonać wyboru;
- znajomości istoty poruszanego tematu.

- system społeczno-kulturowy (*social system*), w którym akt komunikacji ma miejsce;

Różnice w zakresie komunikacji międzyludzkiej wynikają w dużej mierze (w społeczeństwach klasowych) **z przynależności ludzi do różnych klas społecznych**, czyli z przynależności **do określonego miejsca w systemie społecznym**.

Wyznaczniki systemu społeczno-kulturowego ważne dla komunikacji [Underwood, 2000]:

- cele, dla osiągnięcia których podejmowany jest proces komunikacji;
- dobór odpowiednich słów dla realizacji aktu komunikacyjnego;
- znaczenia, jakie nadaje się określonym słowom;
- wybór określonej grupy odbiorców;
- kanały komunikacyjne wykorzystywane dla celów komunikacji;
- rodzaje przesyłanych komunikatów.

II. Komunikat

W modelu SMCR na komunikat składają się:

- kod (*code*),
 - treść (*content*),
 - traktowanie (*treatment*).
- a) za każdym razem, gdy dokonujemy kodowania komunikatu, musimy podjąć decyzję **jaki kod będzie najlepszy**. Następnie należy precyzyjnie określić, **jakie elementy kodu powinny być wykorzystane** w komunikacie. W końcu, należy **wybrać metodę strukturyzacji elementów kodu**,
- b) **treść** jest materiałem komunikatu wybranym przez źródło do **wyrażenia swoich myśli**,

c) **traktowanie komunikatu** to decyzje podejmowane przez źródło w celu **selekcji i uporządkowania zarówno kodu, jak i treści komunikatu**. Innymi słowy, są to decyzje podejmowane przez źródło do kodowania komunikatu przez **selekcję elementów określonego kodu**.

III. Kanał komunikacyjny

Źródło do przekazania komunikatu odbiorcy musi **wybrać jakiś kanał**. Berło za kanały komunikacyjne uważa **pięć systemów sensorycznych**:

- widzenie (seeing);
- słuchanie (hearing);
- dotykanie (touching);
- wąchanie (smelling);
- smakowanie (taste).

Model SMCR wskazuje, iż realizacja **skutecznej komunikacji wymaga równych umiejętności komunikacyjnych** źródła i odbiorcy oraz adekwatności **pozostałych ich cech** (postawie, wiedzy i systemie społeczno-kulturowym).

Ograniczenia modelu SMCR Berlo

Model Berlo **nie ukazuje powrotnego przepływu informacji** od odbiorcy do źródła. Brak w nim **wyraźnego wskazania na sprzężenie zwrotne i interakcje poszczególnych składników procesu komunikacyjnego**. Z założenia należy go więc traktować jako **model liniowy**.