

9. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию. Переводы с французского языка под ред. А. А. Холодовича. – М.: «Прогресс», 1977. – С. 230. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/521978/>

10. Шевчук Д. Ситуація «семіотичної експансії» як контекст сучасних мас-медіа / Д.Шевчук // Наукові записки. Серія «Культура та соціальні комунікації» / за заг. ред. канд. філос. наук, доц. Л. В. Квасюк. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». – 2009. – Вип. № 1. – С. 209-216.

11. Chandler Daniel. Semiotics for Beginners [Електронний ресурс] / Daniel Chandler. – Режим доступа: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html>

Юлдуз Бобоева, Мирзомурод Нафасов
Бухарский инженерно-технологический институт
Бухара, Узбекистан

МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

У даній статті розглянуті зміст, форми і моделі соціальної комунікації. Ключові слова: соціальні групи, інформація, модель, Інтераціоналістська.

В данной статье рассмотрены содержание, формы и модели социальной коммуникации. Ключевые слова: социальные группы, информация, модель, интеракционистская.

This article describes the contents, forms and models of social communication. Keywords: social group, information, model, interactionist.

Коммуникация (от лат. communicatio – способ сообщения, передачи) как необходимый элемент взаимодействия людей, групп, народов, государств, в ходе которого осуществляется передача и взаимопередача информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей и занимает одно из ведущих мест среди социальных процессов. Без коммуникации невозможно конституирование социальных общностей, социальных систем, институтов, организаций и т.д., невозможно существование социальности, социума как такового. Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов. Всякое исследование

социальной жизни затрагивает те или иные ее формы. Коммуникация между людьми происходит в форме общения как обмен целостными знаковыми образованиями (сообщениями), в которых отображены знания, мысли, идеи, ценностные отношения, эмоциональные состояния, программы деятельности общающихся сторон. Содержание и формы коммуникации отражают общество, отношения и исторический опыт людей. Коммуникация обеспечивает связь между людьми, делает возможным накопление и передачу социального опыта, разделение труда и организацию совместной деятельности, управление, трансляцию культуры.

Коммуникация выделилась в самостоятельный объект социальных наук в связи с развитием технических средств передачи информации, особенно радио, в 20-х гг. XX в. Использование технических средств и одновременно усложнение организационных условий передачи информации привели к уменьшению непосредственного взаимодействия общающихся сторон и к необходимости специального изучения закономерностей опосредствования информации в социальных системах. Развитию теории коммуникации способствовало становление кибернетики, информатики, семиотики. Ведущую роль в социологическом исследовании проблем коммуникации занимает социология массовой коммуникации.

Всесторонне исследовались и особенности аудитории, располагающие к принятию сообщения. Так, было обнаружено, что Я-включенность в содержание коммуникации (близость ее содержания наиболее значимым для аудитории проблемам) снижает эффективность убеждения: у людей в областях, наиболее близких им, существуют наиболее обоснованные и проверенные опытом мнения, изменить которые крайне сложно. Активное ролевое проигрывание изначально неприемлемой позиции способствует ее принятию в будущем.

Важной является степень идентификации человека с группой. Люди, наиболее сильно привязанные к группе, вероятно, менее подвержены влиянию сообщения, не соответствующего групповым нормам. Влияние группы проявляется и в том плане, что мнения, которые люди сообщают публично, труднее изменить, чем те, которые широко не афишировались. Замечено также, что поддержка даже одного человека ослабляет давление большинства на индивидуальное мнение.

В истории развития теории коммуникации, С. В. Бориснев выделяет следующие модели:

Линейная (классическая) модель коммуникации Г. Лассуэлла включает 5 основных элементов коммуникативного процесса: кто? (передает сообщение) — коммуникатор; что? (передается) — сообщение; как? (осуществляется передача) — канал; кому? (направлено сообщение) — аудитории; с каким эффектом? (эффективность сообщения) — результат.

Социально-психологическая (интеракционистская) модель коммуникации Т. Ньюкомбо, задающая динамику изменений, к которым будет стремиться коммуникация. Данная модель старается учитывать как отношения, складывающиеся между общающимися, так и их отношения к объекту разговора, и постулирует, что общей тенденцией в коммуникации является стремление к симметрии. При совпадении отношений друг к другу у общающихся, они будут стремиться к совпадению их отношения к объекту, о котором идет речь. При несовпадении отношения друг к другу, будет не совпадать и отношение к объекту речи. Совпадение отношений к объекту разговора при несовпадении отношений друг к другу будет восприниматься как ненормальное.

Шумовая модель коммуникации К. Шеннона — У. Уивера дополнила линейную модель существенным элементом — помехами (шумами), затрудняющими коммуникацию. Авторы выделили технические и семантические шумы — первые связаны с помехами в передатчике и канале, а вторые с искажением передаваемых значений при восприятии содержания. При этом, коммуникация концептуализировалась авторами как линейный, однонаправленный процесс.

Факторная модель коммуникации Г. Малецки является одним из многочисленных вариантов развития модели коммуникации Шеннона-Уивера включила, помимо базовых элементов, ещё около двух десятков факторов, составляющих контекст процесса коммуникации и активно влияющих на его субъектов.

В циркулярной (замкнутой), сбалансированной модели коммуникации В. Шрамма и К. Осгуда было предложено рассматривать отправителя и получателя информации как равноправных партнёров, а также был сделан акцент на обратной связи, которая уравнивала связь прямую: кодирование —

сообщение — декодирование — интерпретация — кодирование — сообщение — декодирование — интерпретация.

Текстовая модель коммуникации А. Пятигорского осмысливает коммуникацию человека с собой и другими, которую он осуществляет через (письменный) текст. Согласно данной модели, коммуникация всегда осуществляется в определённой коммуникативной ситуации связи с другими лицами.

Литература

1. П., Бивин Д., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия. / Пер. с англ. А. Суворовой. — М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. — 320 с. — ISBN 5-04-006298-2
2. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с. — ISBN 5-87983-101-9 («Рефл-бук»); -ISBN 966-543-062-9 («Ваклер»)
3. Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А. Теория коммуникации: учебник для бакалавров. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — 415 с. — ISBN 978-5-9916-1656-0

Артем Захарченко

**Інститут журналістики Київського національного
університету імені Тараса Шевченка
Київ, Україна**

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ОЦІНКИ ВПЛИВУ НОВИН НА АКТИВНУ ЧАСТИНУ АУДИТОРІЇ

Відкритість і доступність інформації у мережі Інтернет дає можливість відслідковувати її вплив на читачів соціальних мереж безпосередньо, без проведення опитувань. При цьому поширюваність інформації через соціальні мережі є одною із найсуттєвіших ознак її впливу на інтернет-аудиторію. Адже мірилом впливу і є зміна поведінки реципієнта, а поширення – це дія, яка зазвичай відбувається безпосередньо після отримання інформації.

Проте у світовій науці досі нема загальновизнаної методики інтерпретації даних про поширення контенту. У більшості досліджень