

Kommunikationsparadigm



Fig. 1. Mie Femø Nielsen 201423 Översikt över de tre kommunikationsparadigmen och deras effekt. Vare sig information eller klassisk kommunikation kan få mottagaren att förändra sitt handlingsmönster för gott. Först när mottagaren inte längre är mottagare – utan en involverad part som själv blir medägare i budskapet – sker en beteendeförändring.